



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA
MESTRADO EM ESTUDOS DA MÍDIA**

ERMAELA CÍCERA SILVA FREIRE

**FOLKCOMUNICAÇÃO, MEDIAÇÕES E CONSUMO EM CONTEXTOS
REGIONAIS: cartografia da Feira Central de Campina Grande (PB)**

**NATAL/RN
2022**

ERMAELA CÍCERA SILVA FREIRE

**FOLKCOMUNICAÇÃO, MEDIAÇÕES E CONSUMO EM CONTEXTOS
REGIONAIS: cartografia da Feira Central de Campina Grande (PB)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) do Centro de Ciências, Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra em Estudos da Mídia.

Linha de Pesquisa: Estudos da Mídia e Práticas Sociais

Orientador: Prof. Dr. Itamar de Moraes Nobre

NATAL/RN
2022

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI

Catálogo de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes -
CCHLA

Freire, Ermaela Cícera Silva.

Folkcomunicação, mediações e consumo em contextos regionais :
uma cartografia da Feira Central de Campina Grande (PB) /
Ermaela Cícera Silva Freire. - Natal, 2022.
162 f.: il. color.

Dissertação (mestrado) - Centro de Ciências Humanas, Letras e
Artes, Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia,
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.
Orientador: Prof. Dr. Itamar de Moraes Nobre.

1. Mídia - Dissertação. 2. Folkcomunicação - Dissertação. 3.
Epistemologias do Sul - Dissertação. 4. Feira Livre -
Dissertação. 5. Feira Central de Campina Grande (PB) -
Dissertação. I. Nobre, Itamar de Moraes. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 316.77

ERMAELA CÍCERA SILVA FREIRE

**FOLKCOMUNICAÇÃO, MEDIAÇÕES E CONSUMO EM CONTEXTOS
REGIONAIS: cartografia da Feira Central de Campina Grande (PB)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) do Centro de Ciências, Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra em Estudos da Mídia.

Linha de Pesquisa: Estudos da Mídia e Práticas Sociais

Aprovada em: 14 de setembro de 2022

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Itamar de Moraes Nobre (Orientador)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Profa. Dra. Denise Carvalho dos Santos Rodrigues (Avaliadora Interna)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Prof. Marcelo Pires de Oliveira (Avaliador Externo)
Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC)

NATAL/RN
2022

Dedico à mamãe Gracinha do Icó, que tantas panelas de barro vendeu na feira de Gurjão (PB). A Vó Ciço que aprendeu a ler nos cordéis da feira e a Itamar Nobre a quem a única multidão a qual ama é a feira livre. Gratidão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente a minha família, à minha mãe Gracinha do Icó e meu pai Mané, pela compreensão e incentivo durante o período de realização do mestrado, por sempre acreditarem em minhas competências e compreenderem as minhas ausências. Pelas suas palavras de apoio e amor, que me fortaleceram nessa jornada. À minha irmã Emanuela e aos meus irmãos Emanuel e Ermael Carlos, também agradeço com carinho às minhas cunhadas queridas Maria Janaina e Eliane.

À Bruno Jorge meu noivo pela dedicação a mim e pelos incentivos sucessivos para o meu crescimento pessoal, profissional e acadêmico, obrigada por sempre acreditar em mim, por me ouvir quando eu precisei e estar sempre disponível com suas palavras amorosas e calorosas.

Às minhas gatinhas reikianas Elke e Shelyanna que foram minhas companheiras inestimáveis no período de mais dedicação e isolamento para concluir as aulas *online* e escrita da dissertação.

Não poderia deixar de agradecer aos meus tios, Adriana Freire Ferriz e José Luís Sepúlveda Ferriz, que sempre me apoiaram, incentivaram e contribuíram para minha formação educacional e pessoal, desde a graduação. Agradeço o apoio, compreensão e todo amor à Tia Moça, Novo, Bel, Raquel, Duda e Fábio durante minha temporada em Juazeirinho (PB).

Ao meu orientador pela competência, atenção e sensibilidade, Professor Itamar Nobre, pelas orientações, pela troca de conhecimento, correções precisas e apoio em todos os momentos necessários mostrando a importância de um relacionamento de confiança e cumplicidade entre mestre e aprendiz.

Obrigado por tudo professor Itamar, acredito nos encontros da vida e que as energias semelhantes se atraem, obrigada pela amizade, pelas conversas sobre a academia e sobre a vida. Nossas escolhas de pesquisa também possuem um caráter existencial, encontrar-me com o senhor foi essencial para dar o tom popular ao meu trabalho, que tanto nos é caro. Obrigada pelo apoio de todos os momentos nessa jornada realizada em meio à pandemia, que tão desafiadora tem sido para todos e que recrutou de nós um maior poder interno e modelos de enfrentamento nos setores pessoal, acadêmico, profissional e espiritual.

Ao professor Luiz Custódio da Silva por compartilhar comigo mais um trabalho e me fortalecer nessa jornada no mestrado. Obrigada professor por sempre acreditar nas minhas competências de aluna e de ser humano, na vida o que nos motiva e nos molda são nossas boas referências em casa, na escola, na academia, no trabalho e na vida. Obrigada por tudo.

Aos meus amigos e amigas, com amor e atenção, que sempre torcem por mim e me oferecem apoio e compreensão: Catarina Buriti e Humberto Barbosa, Chateaubriand Almeida, Eliane Cecília de Medeiros e Givaldo Júnior, Elaine Reis, Emanuelle Pereira Sobrinho, Dartclea Trigueiro e Alves, Priscila Gonçalves, Cleibson Silva e Aline Nunes. Obrigada pelo incentivo e por entenderem o processo do mestrado como parte importante da minha vida.

À Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) pela acolhida e pela oportunidade de estudar numa instituição pública de alta qualidade.

Ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) minha escola durante o mestrado, agradeço à coordenação do Programa, a todas as professoras e professores, a secretaria do programa, em especial a Ana Comissário, sempre prestativa e atenciosa nas solicitações do corpo discente. Muito obrigada.

À turma de mestrado de 2020 quero agradecer de todo coração aos meus colegas de turma pelo apoio e companhia na jornada, Clércio, Henrique, Lorena, Maria Aparecida, Mirella, Priscila, Ana Carolina, André, André Wolmer, Daiana, Elisa, Isaque, Jorge Luiz, Bucka, Laís Emanuelle, Lucas, Ranniery e Victor Hugo.

Agradeço em especial à Daiana Brandão e Mirella Lopes que mesmo à distância, devido à pandemia, foram amigas fortes e presentes na minha jornada, obrigada queridas pelas conversas, pelas trocas de conhecimento e pela amizade, confio que em breve nos encontraremos presencialmente.

Agradeço, com muito carinho, aos dezesseis mil feirantes que formam o universo cultural da Feira Central de Campina Grande (PB). Em especial aos participantes que materializam minhas entrevistas, que me acolheram e entregaram contribuições significativas para o desenvolvimento da investigação. Meu agradecimento com todo respeito a essas pessoas fortes e trabalhadoras que com alegria enfrentam a vida e materializam as manifestações da cultura popular da Rainha da Borborema. Muito obrigada.

Agradeço a Agnaldo Silva gerente da Feira Central pela atenção e pelo seu caráter prestativo em todos os momentos que necessitei. Agradeço a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, a Secretaria de Cultura e a Prefeitura Municipal.

À cidade de Campina Grande, local onde vivi, estudei e pude fazer este trabalho. Lugar de manifestações da cultura popular de várias ordens, na música, no artesanato, nas festas populares e religiosas, na dança, no teatro enfim na arte em geral. Muito obrigada Rainha da Borborema.

À Capes pelo financiamento dos dois anos de pesquisa. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Por fim, o resultado dessa dissertação é fruto de dedicação, comprometimento, disciplina e amor pela comunicação, cultura popular e pela história de um espaço que se mantém vivo e encantador: a feira livre. Gratidão!

Nada está parado; tudo nasce, cresce e morre; no momento em que uma coisa chega a seu auge, logo começa a declinar; a lei do ritmo está em constante ação; não há realidade, qualidade duradoura, fixidez ou substancial idade em qualquer coisa que seja; nada é permanente, tudo se transforma. (O Cabailion)

RESUMO

Esta dissertação problematiza os processos de comunicação que permeiam as relações comunicacionais, sociais e culturais do fenômeno da feira livre na contemporaneidade. Assim, o objetivo principal é investigar os processos comunicacionais existentes entre feirantes e fregueses na Feira Central de Campina Grande (PB), no contexto da folkcomunicação e das epistemologias do Sul. O aporte teórico é fundamentado na teoria da folkcomunicação (BELTRÃO 1980 e 2014; MARQUES DE MELO, 2008), nos estudos das epistemologias do Sul e decoloniais (SANTOS 2019 e 2013; MIGNOLO, 2017 e 2014; PALERMO, 2013; KILOMBA, 2008; LANDER, 2005), nos estudos sobre feira livre (SATO, 2012; BRANDÃO, 2017, DETONI, 2020; RESENDE, 2020) e sobre a Feira Central (ARAÚJO, 2011; FREIRE, 2019; SILVA, 2020). Como método de pesquisa utilizamos a cartografia simbólica (SANTOS, 2000) e os estudos sobre o método cartográfico como pesquisa-intervenção (PASSOS; KASTRUPP; ESCÓZIA, 2009). Como resultados destacamos as narrativas comunicacionais existentes: informação oral e visual e estratégias de caráter simbólico, além dos sistemas sociais como os processos folkcomunicacionais, mediações, mediação e relações de amizade e trabalho. Outra estratégia relevante identificada foram as publicidades improvisadas, que revelam a escassez de recursos como também as potencialidades inventivas dos(as) feirantes. Concluimos assim, que a presença do linguajar de *mei de feira* é um elemento preponderante no universo pesquisado, percebemos ainda que a comunicação cultural da feira reflete um fazer folkcomunicacional. Por fim, apresentamos a feira livre como instrumento da comunicação popular e marginalizada, sendo assim um lugar possível de deslocamento da produção do conhecimento acadêmico tradicional.

Palavras-chaves: Folkcomunicação; Epistemologias do Sul; Feira Livre; Feira Central de Campina Grande (PB).

ABSTRACT

This dissertation problematizes the communication processes that permeate the communicational, social and cultural relations of the free fair phenomenon in contemporary times. Thus, the main objective is to investigate the existing communication processes between marketers and customers in the Central Fair of Campina Grande (PB), in the context of folkcommunication and epistemologies of the South. The theoretical contribution is based on the theory of folkcommunication (BELTRÃO 1980 and 2014; MARQUES DE MELO, 2008), in the studies of epistemologies of the South and decolonial (SANTOS 2019 and 2013; MIGNOLO, 2017 and 2014; PALERMO, 2013; KILOMBA, 2008; LANDER, 2005), in the studies on free fair (SATO, 2012; BRANDÃO, 2017, DETONI, 2020; RESENDE, 2020) and on the Central Fair (ARAÚJO, 2011; FREIRE, 2019; SILVA, 2020). As a research method we used symbolic cartography (SANTOS, 2000) and studies on the cartographic method as research-intervention (PASSOS; KASTRUPP; ESCÓCIA, 2009). As results we highlight the existing communicational narratives: oral and visual information and strategies of symbolic character, in addition to social systems such as folkcommunicational processes, mediations, mediatization and relations of friendship and work. Another relevant strategy identified were the improvised advertisements, which reveal the scarcity of resources as well as the inventive potentialities of (the) marketers. We conclude that the presence of Mei's fair language is a preponderant element in the universe researched, we also realize that the cultural communication of the fair reflects a folkcommunication. Finally, we present the free fair as an instrument of popular and marginalized communication, thus being a possible place of displacement of the production of traditional academic knowledge.

Keywords: Folkcommunication; Epistemologies of the South; Free Fair; Central Fair of C Campina Grande (PB).

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 Linha do tempo da folkcomunicação	31
Figura 02 Feira semanal em Faria de Santana na Bahia (196-)... ..	54
Figura 03 Antigo “pêla porco” na Feira Central	61
Figura 04 Participantes da feira	62
Figura 05 Linha do tempo da localização da Feira Central.....	63
Figura 06 Mapa da localização da Feira Central	64
Figura 07 QR Code do vídeo de registro da Feira Central como Patrimônio Cultural do Brasil.....	66
Figura 08 Totem de identificação do Patrimônio Cultural localizado no Mercado Central ...	67
Figura 09 Totem de identificação do Patrimônio Cultural localizado no Mercado Central ...	67
Figura 10 Placa de identificação do IPHAN	67
Figura 11 Base de dados.....	87
Figura 12 Entrada principal pela Rua Afonso Campos	94
Figura 13 Feira de frutas e verduras	94
Figura 14 Feira de queijos e doces	96
Figura 15 Banca de biscoitos.....	97
Figura 16 Espaço cultural do Mercado Central.....	98
Figura 17 Banca de artesanato.....	98
Figura 18 Peças de artesanato de palha	99
Figura 19 Banca de artesanato de barro	99
Figura 20 Feira de flores	99
Figura 21 Feira de flores	100
Figura 22 Pontos de higienização instalados no Mercado Central	101
Figura 23 Vacinação contra a Covid-19 no Espaço Cultural do Mercado Central	101
Figura 24 Seu Luiz da Revista	103
Figura 25 Parte interior da banca	103
Figura 26 Cordel de Leandro Gomes de Barros.....	104
Figura 27 Cordéis de Seu Luiz da Revista	104
Figura 28 Feirante de Calçados Nice	106
Figura 29 Nice atendendo clientes	107
Figura 30 Fachada da Luck Calçados	107
Figura 31 Fachada da Central do Artesanato	109

Figura 32 Produtos da loja	109
Figura 33 Moedas de troco	111
Figura 34 Produtos à venda na banca	111
Figura 35 Feirante Simone organizando as mercadorias.....	111
Figura 36 Feirante Simone organizando as mercadorias.....	111
Figura 37 Anúncios colocados nos produtos expostos na feira.....	116
Figura 38 Gambiarras na exposição de redes	116
Figura 39 Anúncios colocados nos produtos expostos na feira.....	117
Figura 40 Loja de variedades no setor verde	117
Figura 41 Anúncios colados nas paredes do Mercado Central	119
Figura 42 Anúncios colados nos produtos expostos	120
Figura 43 Anúncios da parede na Feira do Peixe	120
Figura 44 Perfil do Instagram da Feira Central	120
Figura 45 Perfil do Instagram da Feira Central	120
Figura 46 QR Code do Projeto TecTur	123
Figura 47 Divulgação do perfil @jornal da feira	123
Figura 48 E-book catálogo Coisas de mei de feira	123

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 Taxionomia da folkcomunicação	36
Quadro 02 Divisão da feira por setores	36
Quadro 03 Síntese de ideias a respeito do papel da feira livre.....	69
Quadro 04 Pistas do método cartográfico	75
Quadro 05 Identificação de feirante.....	103
Quadro 06 Identificação de feirante.....	105
Quadro 07 Identificação de feirante.....	109
Quadro 08 Identificação de feirante.....	111
Quadro 09 Identificação de feirante.....	113
Quadro 10 Tipologias folkcomunicacionais presentes na Feira Central.....	115

LISTA DE SIGLAS

ACI	Associação Cartográfica Internacional
AFEMEC	Associação de Feirantes do Mercado Central
CEP/UFRN	Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Norte
CONEP	Conselho de Ética em Pesquisa
EDIPUCRS	Editora da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INCIFORM	Instituto de Ciências da Informação
INRC	Inventário Nacional de Referências Culturais
INTERCOM	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IPHAEP	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba
LGBTQIA+	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transsexuais, Queer, Intrassexuais, Assexuais
ORBICOM	Redes das Cátedras da Unesco de Comunicação
PIB	Produto Interno Bruto
PNPI	Plano Nacional de Patrimônio Imaterial
PPgEM	Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia
PSF	Programa de Saúde da Família
PUCRS	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
RCLE	Registro de Consentimento e Livre Esclarecimento
SECULT	Secretaria de Cultura
SEDE	Secretaria de Desenvolvimento Econômico
SEDUC	Secretaria de Educação
SESUMA	Secretaria de Serviços Urbanos e Meio Ambiente
SINCOV	Sindicato do Comércio Varejista de Feirantes e Ambulantes de Campina Grande
UMESP	Universidade Metodista de São Paulo
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas
UnB	Universidade de Brasília

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	18
2 MARCO TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICO.....	24
2.1 FOLKCOMUNICAÇÃO: TEORIA EM PROCESSO, MEDIAÇÕES E INTERCÂMBIO DE MENSAGENS	30
2.3 TEORIA DA FOLKCOMUNICAÇÃO ALIADA ÀS EPISTEMOLOGIAS DO SUL: PERSPECTIVAS TEÓRICAS E SOCIAIS	39
3 O SURGIMENTO DAS FEIRAS LIVRES: UMA ABORDAGEM SÓCIOHISTÓRICA	50
3.1 A ORIGEM DAS FEIRAS LIVRES	50
3.1.1 As origens das feiras livres no Brasil	54
3.2 BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE A FEIRA CENTRAL DE CAMPINA GRANDE (PB).....	59
4 DELINEAMENTO DA PESQUISA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS...	74
4.1 MÉTODO DE PESQUISA.....	74
4.1.1 Tipos de pesquisas quanto à abordagem, objetivos e procedimentos.....	81
4.2 CAMINHO METODOLÓGICO: NÍVEL TÉCNICO	83
4.2.1 Pesquisa de Campo.....	84
4.2.2 Técnicas e instrumentos de pesquisa	86
4.3 DESAFIOS ÉTICOS NA PESQUISA COM SERES HUMANOS NA PANDEMIA DO SARS-COV-2 (COVID-19)	90
5 A FEIRA CENTRAL DE CAMPINA GRANDE NO CONTEXTO DA FOLKCOMUNICAÇÃO E DAS EPISTEMOLOGIAS DO SUL	92
5.1 PERFIL DOS(AS) PARTICIPANTES E PERFORMANCE FOLKCOMUNICACIONAL	93
5.1.1 Labirintos da Feira das Feiras	93
5.1.2 Caracterização dos(as) feirantes	101
5.2 IDENTIFICAÇÃO DAS NARRATIVAS FOLKCOMUNICACIONAIS VERBAIS E NÃO VERBAIS	112
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	123
REFERÊNCIAS:	128
APÊNDICE A - REGISTO DE CONSENTIMENTO E LIVRE E ESCLARECIDO (RCLE)	134
APÊNDICE B - TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA GRAVAÇÃO DE VOZ E/OU REGISTRO DE IMAGENS	138
APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADA.....	139
ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP/UFRN.....	152

ANEXO B – AVISO DO REGISTRO PATRIMONIAL DO IPHAN	161
---	------------

1 INTRODUÇÃO

A origem das feiras ainda é um dado incerto, é o que se conclui nas pesquisas e estudos que se debruçam sobre o fenômeno. Contudo podemos apontar que o surgimento das cidades, período entre 3.500 e 3.000 a. C., está ligado intrinsecamente às feiras, que configurou a gênese de uma nova aglutinação de seres sociais a partir de práticas comerciais. (BRANDÃO, 2017). A revolução do comércio ocorrida no século XI e XII determinou o papel das feiras com preponderância significativa, a partir disso estas práticas assumem uma posição de crescimento vertiginoso até o século XIII.

Com o olhar direcionado para a atualidade constatamos que a feira livre ainda vive e resiste, mesmo com a intensificação de fatores expressivos como o comércio moderno, a expansão de redes de supermercados, os *shoppings centers*, o mercado vertiginoso de compras e vendas *online*, sendo estes elementos que compõem o circuito superior da economia urbana. Embora o crescimento da economia mundial siga tendências comerciais em níveis especializados, esse fato não eliminou a prática das feiras livres, que continuam atuantes no cenário econômico e cultural, sendo parte importante no abastecimento das cidades na categoria de circuito inferior da economia. A respeito das feiras livre Dias (2020) afirma que:

As feiras livres, embora produzindo e sofrendo constantes mudanças, são referências culturais nas cidades brasileiras, sendo de fundamental importância não só em termos econômicos, mas também culturais, históricos e identitários. Muitas cidades começam seu processo de desenvolvimento econômico e urbano com a expansão do comércio através de uma pequena feira, que posteriormente vai tomar proporções maiores e aglomerar pessoas dos povoados e arredores. (DIAS, 2020, s/p).

Pensando no contexto regional do Nordeste brasileiro, o hábito de fazer feiras livres desenvolveu-se com mais intensidade nas cidades que funcionavam como intermédio entre as regiões do sertão e da zona da mata, respectivamente áreas de produção de gado e de mercado consumidor, tendo sua realização agregada às tradicionais feiras de gado. No cotidiano das cidades de grande ou pequeno porte, é muito comum as feiras serem realizadas uma ou mais vezes por semana, em locais predeterminados sendo configuradas como mercados periódicos. Com destaque podemos citar feiras tradicionais como: o Ver-o-peso a maior feira livre do Brasil e da América Latina, que ocorre desde o século XVII, em Belém (PA), a Feira Central de Campina Grande (PB), a Feira de Caruaru (PE) e a Feira de São Joaquim em Salvador (BA).

Diante disso consideramos para esta investigação a Feira Central de Campina Grande (PB) por sua expressividade econômica, cultural, social e comunicacional. A Feira Central representa uma fonte inesgotável para estudos sobre o ambiente público, que no primeiro momento demonstra caos, desvelando uma ordem construída de forma contínua pela atividade humana que traz consigo séculos de tradição, resgatando assim a fundação da cidade como

entreposto do comércio no século XVII. (PONTES, *et al*, 2019). O Dossiê de Registro da Feira de Campina Grande do Iphan (2017) releva informações sobre a ligação da cidade com a feira e afirma que:

A formação e transformação da cidade de Campina Grande estão intimamente imbricados com o seu mercado central, um dos muitos nomes populares da feira de Campina Grande. No final do século XVIII, ainda sob o título de Vila Nova da Rainha, as relações comerciais desencadeadas pela Feira levaram a nascente urbe a se tornar um centro mercadológico que impulsionou a economia regional, a qual, associada à cultura algodoeira, acabou dinamizando a economia campinense favorecendo o desenvolvimento local. (IPHAN, 2017, p. 30).

Assim pretendemos neste trabalho olhar para a feira livre destacando seu caráter multifacetado e de forma específica suas características folkcomunicacionais, partindo da ideia de reunião periódica de pessoas que interagem constantemente e a partir disso constroem uma comunicação presencial no mesmo ambiente físico e simbólico. Diante deste universo nos propomos a expor o seguinte questionamento de pesquisa: como se caracterizam os processos folkcomunicacionais existentes entres feirantes e consumidores da Feira Central de Campina Grande (PB), partindo do prisma da folkcomunicação e das epistemologias do sul?

O objetivo principal deste trabalho é identificar os processos folkcomunicacionais existentes entre feirantes e consumidores da Feira Central de Campina Grande (PB), no contexto da folkcomunicação e das epistemologias do Sul. Como objetivos específicos apresentamos: (1) caracterizar a prática da feira livre no universo da folkcomunicação especificamente o que diz respeito a presença dos agentes folkcomunicacionais; (2) analisar os rituais de consumo na feira livre e a polissemia de manifestações da cultura popular no contexto da folkcomunicação e das epistemologias do Sul; (3) perfilar os agentes folkmediáticos e os processos de atualização da folkcomunicação; e (4) identificar elementos que situam a feira livre no contexto da mídia, mediações e midiaticização.

“Como os feirantes que, a cada dia de mercado, reelaboram saberes e sistematizam experiências para prosseguirem em seu trabalho” (VEDANA, 2013, p. 43), a dissertação presente também passou por reelaborações e alterações pertinentes ao seu desenvolvimento. Dentre as alterações que foram sendo feitas, vale a pena destacar que no projeto de pesquisa inicial a investigação da feira livre de Ceará-Mirim (RN), contudo em virtude da pandemia da Covid-19 e do isolamento e distanciamento social acarretado pela situação da crise de saúde mundial houve a troca pela Feira Central de Campina Grande (PB). Esta troca ocorreu devido ao retorno da pesquisadora para o estado da Paraíba por conta da pandemia, esse fato possibilitou o desenvolvimento das atividades na Feira Central, que se destaca por sua expressividade econômica e cultural no cenário paraibano.

Dando continuidade as justificativas da pesquisa podemos destacar que a academia possui uma espinha dorsal para desenvolver o conhecimento científico, e desenvolvê-lo onde estão as suas demandas sociais, a partir desse prisma, a presente pesquisa, inserida na área da comunicação midiática, justifica-se pela crescente necessidade de aberturas de novas fronteiras teóricas e metodológicas na compreensão dos fluxos de comunicação, bem como das trocas entre a cultura local e cultura global. Com isso, investigações nesse viés permitem reafirmar o papel da folkcomunicação na averiguação dos processos comunicacionais identificando atores sociais, elementos do processo comunicativo e destrinchando os espaços como territórios existenciais.

Dando continuidade elencamos como uma das principais motivações para sustentar a presente dissertação a importância que o tema possui para a área da comunicação midiática especificamente na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Práticas Sociais, sendo considerado uma temática que promove a discussão acerca da comunicação e da cultura popular no universo das feiras livres. Assim, a temática também vislumbra pôr em destaque a teoria genuinamente brasileira da folkcomunicação, que opera como legítima para pensar a relação comunicativa entre feirantes e consumidores. Podemos afirmar que lançar luz sobre os estudos da folkcomunicação aliada às epistemologias do Sul, em contextos regionais, se apresenta com profunda relevância para a área da comunicação social, pois são abordados no contexto da descolonização de ideias e saberes.

Nesse prisma para justificar a importância desta pesquisa destacamos ainda que o tema agrega contribuições para o debate científico associada aos estudos voltados a descolonização epistêmica. O estudo revela pertinência também pois ilumina questões contemporâneas e críticas sobre as condições de viver, dos sujeitos e sujeitas sociais e políticos, em um mundo ainda permeado pelo modelo colonial e onde os indivíduos subalternizados, por vezes não possuem o sentimento de pertença ou o encontram com certa dificuldade.

Ao constatar a inexistência de um quantitativo considerável de pesquisas acadêmicas a respeito dos processos folkcomunicativos nas feiras livres do Nordeste do Brasil, se torna evidente a viabilidade de construir um trabalho com o enfoque no assunto. Tendo em vista a necessidade de se buscar e entender o atual estado de conhecimento sobre o objeto no campo científico, nos colocamos a buscar as considerações sobre a comunicação na feira livre no contexto local em diversos campos de conhecimento. De antemão, observamos a existência de investigações sobre o objeto no campo das ciências como na geografia, na antropologia, nas ciências sociais, na arquitetura e na economia.

Outro ponto onde se percebe a relevância da pesquisa é a questão da permanência da Feira Central de Campina Grande (PB) como resistência do comércio periódico popular frente às mudanças no setor econômico e das formas de consumo nas zonas urbanas. Neste sentido, o caráter comunicacional e sociocultural da feira livre se faz relevante para uma investigação a nível de mestrado, pois a força da tradição popular vive nos recantos da feira, nas narrativas visuais e orais, nos processos de sociabilidade e de comunicação próprios do objeto de pesquisa.

Como relevância histórica e cultural salientamos que a Feira Central de Campina Grande (PB), em 27 de setembro de 2017, foi registrada como Patrimônio Cultural do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). De um total de 5.119 feiras livres existentes no Brasil, apenas duas ocupam a categoria de bens registrados: o nosso objeto de pesquisa e a Feira de Caruaru (PE), registrada em 2006. O registro da Feira Central como referência cultural brasileira no documento oficial demonstra a importância desses lugares que adquirem condição de patrimônio cultural. De acordo com o Inventário Nacional de Referências Culturais do IPHAN com relação a categoria lugares observamos que:

Toda atividade humana produz sentidos de lugar. Neste inventário serão incluídos especificamente aqueles que possuem sentido cultural diferenciado para a população local. São espaços apropriados por práticas e atividades de naturezas variadas (exemplo: trabalho, comércio, lazer, religião, política, etc.), tanto cotidianas quanto excepcionais, tanto vernáculos quanto oficiais. Essa densidade diferenciada quanto a atividades e sentidos abrigados por esses lugares constitui a sua centralidade ou excepcionalidade para a cultura local, atributos que são reconhecidos e tematizados em representações simbólicas e narrativas. Do ponto de vista físico, arquitetônico e urbanístico, esses lugares podem ser identificados e delimitados pelos marcos e trajetos desenvolvidos pela população nas atividades que lhes são próprias. Eles podem ser conceituados como lugares focais da vida social de uma localidade. (IPHAN, 2000, p. 32).

De acordo com o decreto nº 3.551 de 4 de agosto de 2000 que instituiu o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial e o Plano Nacional de Patrimônio Imaterial (PNPI) o 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. Na mesma direção o Art. 216 da Constituição Federal de 1988 afirma que constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

- I – as formas de expressão;
- II – os modos de criar, fazer e viver;
- III – as criações científicas, artísticas e tecnológicas;
- IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. (BRASIL, 1988, s/p).

Diante disso, justificamos a pesquisa com respaldo do dispositivo legal instituído pela Constituição Federal e regulamentado pelo decreto do Iphan, e apontamos esta investigação como iniciativa que contribui para as ações de salvaguarda nacional da Feira Central de Campina Grande, assim esta justificativa figura como uma das contribuições práticas da pesquisa. E ainda sendo, por excelência, cenário da comunicação e mediações nos contextos locais, bem como das manifestações da cultura popular a feira livre representando um núcleo social que abriga a memória e tradição local, dessa forma a preservação da feira fortalece a identidade dos feirantes e da comunidade local.

Dito isto, caminhamos para a exposição do aporte metodológico adotado para esta dissertação, sendo apresentada como metodologia interdisciplinar pensando na interface entre a comunicação e as ciências sociais, de forma específica entre a teoria da folkcomunicação e as epistemologias do Sul. Juntamente a esse pensamento apresentamos também este aporte como descolonizador de saberes e práticas acadêmicas tendo em vista o diálogo entre conhecimentos diversificados. Assim sendo, nesta pesquisa é utilizada a cartografia simbólica com base em Santos (2000) como recurso metodológico adequado à investigação, uma vez que permite o entendimento de fenômenos comunicacionais, culturais, folclóricos e sociológicos.

Ao utilizar esta metodologia objetivamos contribuir para o mapeamento dos processos folkcomunicativos na feira central de Campina Grande (PB) considerando as relações do espaço físico e simbólico. Quanto à abordagem, aos objetivos e aos procedimentos técnicos os tipos de pesquisa corresponderam respectivamente as seguintes modalidades: qualitativa, exploratória, bibliográfica e pesquisa de campo. Com relação às técnicas de pesquisa foram utilizadas a observação participante e a entrevista despadronizada para a coleta de dados. Como instrumentos de pesquisa para a coleta de dados utilizamos os seguintes recursos: caderno de campo físico e virtual (Aplicativo *Google Keep*¹), câmeras fotográficas para captação de fotos e vídeos, celular (*smartphone* Moto G8 Plus).

Com o intuito de descrever a organização dos capítulos que compõem a dissertação os apontamos a seguir: (1) Introdução, (2) Marco teórico e epistemológico, (3) O surgimento das feiras livres: uma abordagem sócio-histórica, (4) Delineamento da pesquisa e procedimentos metodológicos e (5) A Feira Central de Campina Grande (PB) no contexto da folkcomunicação e das epistemologias do Sul. No capítulo introdutório apresentamos as seguintes partes do trabalho: a apresentação do tema, os critérios de escolha do recorte empírico, os objetivos, a

¹ O *Google Keep* é um aplicativo de notas inserido no pacote de produtos oferecidos pela *Google*.

problematização, a justificativa e a metodologia. No capítulo *Marco teórico e epistemológico* apresentamos o arcabouço teórico adotado na pesquisa para que os leitores tenham ciência das correntes teóricas que respaldam o trabalho.

No capítulo *O surgimento das feiras livres: uma abordagem sócio-histórica* fazemos um apanhado histórico sobre a feira livre no contexto mundial, brasileiro e a caracterização da Feira Central de Campina Grande (PB). Em seguida o(a) leitor(a) encontra o capítulo *Delineamento da pesquisa e procedimentos metodológicos* onde são descritos os aportes e os procedimentos metodológicos utilizados nos processos de coleta e análise de dados, que partem do prisma metodológico adotado. Descrevemos as relações entre a pesquisadora e seu fenômeno de pesquisa, as fases da investigação empírica e as questões éticas relativas à pesquisa com seres humanos.

No último capítulo *A Feira Central de Campina Grande (PB) no contexto da Folkcomunicação e das Epistemologias do Sul* descrevemos o perfil dos participantes, a identificação das narrativas folkcomunicacionais verbais e não verbais, a performance comunicacional dos participantes e das participantes, e a identificação das tipologias folkcomunicacionais nas bancas e na Feira Central.

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

2 MARCO TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICO

As abordagens teóricas e metodológicas da comunicação e das mediações propõem a análise de fenômenos da comunicação midiática em contextos regionais. Assim, tais abordagens objetivam a valorização e o fortalecimento do debate acerca dinâmicas e reconfigurações das culturas locais, que são mediadas pelos produtos midiáticos e suas linguagens frente às demandas hegemônicas da globalização.

O campo da pesquisa no qual o enfoque é a comunicação e a cultura apresenta a temática alicerçada em um campo teórico complexo, que traz consigo características variadas e peculiares. Esta teoria em questão é o que se define como Estudos Latino-Americanos da Comunicação, que comportam eixos básicos de pensamento como o deslocamento dos meios às mediações (MARTÍN-BARBERO, 1987) e os processos de hibridização cultural (CANCLINI, 1990).

Nesse sentido, o modelo de comunicação proposto e consolidado por Martín-Barbero contrapõe a concepção da teoria hipodérmica, que coloca o receptor na condição passiva de aceitação das mensagens provenientes da comunicação de massa. A teoria hipodérmica também conhecida como teoria da agulha mágica ou da bala mágica é em um modelo de comunicação proposto pelo teórico Harold Laswell², em 1948. O teórico propõe que as mensagens da mídia de massa são aceitas de forma imediata e uniforme pelos receptores e receptoras, assim a proposta teria como palavra-chave a manipulação de massa. Uma das principais bases utilizadas para dar suporte à teoria foram os estudos originados da psicologia como o behaviorismo³. Segundo Martín-Barbero (1997) o receptor possui o discernimento para optar pelos produtos midiáticos que deseja consumir e não apenas aceita de forma passiva o conteúdo veiculado pela mídia, pois o receptor também é parte do processo comunicativo.

No contexto latino-americano, podemos destacar um conjunto de importantes pesquisadores que estabeleceram pesquisas e estudos, que iam no sentido oposto às vertentes teóricas que privilegiavam o enfoque no emissor da mensagem e nos efeitos das mensagens no público. Sobre este movimento intelectual Trigueiro (2008) destaca que:

Paulo Freire, Luiz Ramiro Beltrán, Luiz Beltrão, Jesús Martín-Barbero, Guillermo Orozco, Jorge Gonzáles, Néstor García Canclini, Maria Immacolata Lopes, José

² Cientista político que trabalhou com opinião pública, identificou funções básicas da comunicação e estabeleceu um modelo o Quem? Diz o que? Em que canal? A quem? Com que efeito? que se tornou referência para os estudos da comunicação. É reconhecido como um dos pioneiros nos estudos, iniciados a partir de 1930 nos Estados Unidos, denominados *Mass Communication Research* ao lado de Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin e Carl Hovland.

³ O behaviorismo também designado de comportamentalismo é uma teoria psicológica que tem como objeto de estudo o comportamento, sendo estes resultantes de experiência e condicionamento, as principais referências no behaviorismo são os autores John B. Watson e B. F. Skinner.

Marques de Melo, Muniz Sodré, entre outros, romperam os paradigmas clássicos de comunicação. Deram novos rumos aos estudos teóricos e empíricos da comunicação e às novas interações entre emissor e receptor, no contexto histórico da América Latina, com o desenvolvimento acelerado das novas tecnologias da comunicação e da informação. Diante do impacto da globalização, o foco dos estudos sobre comunicação passa a se centrar numa estreita relação com os estudos das culturas, com os novos formatos dos movimentos sociais e com as reconfigurações das identidades nacionais e regionais. (TRIGUEIRO, 2008, p. 29-31).

Nesse cenário, a perspectiva da teoria latino-americana da comunicação é integradora, uma vez que os processos de comunicação são articulados a partir das mediações, ou seja, a partir das matrizes culturais que os receptores e as receptoras carregam. Dessa forma, os conceitos e processos de mediação são meios de tratar as relações entre comunicação e cultura em uma conjuntura social política e local. De acordo com Martín-Barbero (1997):

As mediações são esse “lugar” de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que [a mídia] produz não responde unicamente a exigências do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ser. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 297).

Na teoria barberiana, o conceito de mediação se traduz nos espaços entre a produção e a recepção da mensagem, isto é, os lugares nos quais a cultura se concretiza. O autor aponta três lugares de mediação que alteram o modo como os receptores absorvem os conteúdos midiáticos: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. Nesse sentido, desenvolve-se a concepção de mediações como sendo um conjunto de fatores que estruturam, organizam e reorganizam a percepção e a apropriação da realidade social por parte do receptor.

Nessa nova configuração cultural da sociedade moderna é fundamental a compreensão da sua natureza comunicativa, isto significa dizer que seu caráter produtor de significações e não de mera circulação de informações no qual o receptor não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor. (MARTÍN-BARBERO, 1997).

Trigueiro (2008) destaca que são diversas os locais onde ocorrem as mediações, sendo este um campo vasto, contudo, os processos comunicativos e as dinâmicas culturais sofrem aceleração devido às redes midiáticas e formam novas negociações na relação emissor-receptor no que diz respeito aos bens simbólicos. “Os mediadores atuam nas zonas dos cruzamentos das interações sociais e culturais promovidas pela nova economia da comunicação global.” (TRIGUEIRO, 2008, p. 32).

Se a revolução tecnológica deixou de ser uma questão de meios, para passar a ser decididamente uma questão de fins, é porque estamos diante da configuração de um ecossistema

comunicativo formado não só por novas máquinas ou meios, mas por novas linguagens, sensibilidades, saberes e escrituras, pela hegemonia da experiência audiovisual sobre a tipográfica, e pela reintegração da imagem no campo da produção do conhecimento. Tudo o que está incidindo tanto sobre o que entendemos por comunicar como sobre as figuras do conviver e o sentido de laço social. (MARTÍN-BARBERO, 2004, tradução nossa).

Os estudos, em análise nesta teoria, evidenciam que a sinalização das mediações a serem consideradas pelos pesquisadores e pelas pesquisadoras são identificadas de acordo com o objeto da pesquisa. Ao longo do estudo é o pesquisador ou pesquisadora que irá desvendar as mediações que interferem no processo da comunicação como quem desvenda um mapa noturno, que ultrapassa a metáfora e indica o caminho em que o teórico pretende deslocar as pesquisas em comunicação apoiado nas matrizes culturais e nos espaços sociais.

Sendo assim, é preciso refletir sobre a mídia e sua relação com a construção da realidade social para enxergar a comunicação midiática como processo produção e circulação dos bens simbólicos e os processos sociotécnicos atuantes nas práticas sociais. Estudar essa construção social estruturada pela mídia é também dar ênfase às mediações sociais, o condicionamento da ação social, as práticas socioculturais do cotidiano e a reprodução cultural como força social formadora.

Podemos fazer uma reflexão sobre a contribuição de Manuel Martín Serrano por meio do conceito de mediação social, discutido na obra *La mediación social en la era de la globalización*" (2007). Para o autor a mediação social existe a partir das organizações sociais que tratam de estabelecer procedimentos para controlar a ação social individual e coletivamente. Com intuito de manter o controle de seus membros as organizações sejam familiares, laborais, políticas ou econômicas recorrem ao uso da informação, assim as mediações sociais vão dirigir as práticas sociais dos indivíduos. Assim Martín Serrano (2007) comenta que:

As mediações sociais intervêm indistintamente nas ações que preservam o mundo ou o colocam em risco, nas organizações que liberam ou oprimem, nas representações que humanizam ou desumanizam. A plasticidade que têm aumenta a incerteza na previsão dos seus efeitos. Em contrapartida, os estudos da mediação contam com uma vantagem que aumenta a sua utilidade: as mediações sociais incluem informação que geralmente antecipa as mudanças. Podem colocar sobre aviso de dinâmicas não desejáveis e eventualmente contribuir para que se corrijam ou evitem. (Martín Serrano, 2007, p. 24).⁴

⁴ No original: Las mediaciones sociales intervienen indistintamente en las acciones que preservan el mundo o le ponen en riesgo, en las organizaciones que liberan u oprimen, en las representaciones que humanizan o deshumanizan. La plasticidad que tienen aumenta la incertidumbre a la hora de prever sus efectos. En contrapartida, los estudios de la mediación cuentan con una ventaja que aumenta su utilidad: las mediaciones

No pensamento de Serrano (2007), na era da globalização, a mediação se constitui como a forma mais importante para garantir a reprodução social, contudo o autor afirma seu caráter dual já que ela atua de forma positiva ou negativa. A título de exemplo, o uso da linguagem midiática, na sociedade globalizada, é uma das principais ferramentas contra ou a favor de um sistema ou de manipulação do mesmo. O discurso da mídia pode trazer um repertório de palavras e expressões carregadas de conotações discriminatórias, o que é norteador de ações sociais. Isso reforça a construção de um sistema de referenciais com caráter prejudicial, auxiliando na permanência de visões de mundo e discursos preconceituosos reproduzidos e internalizados no contexto social. Ao passo que o oposto também pode ocorrer, ou seja, há espaço para a disseminação de narrativas contra os discursos racistas, xenofóbicos, misóginos ou machistas.

Pensando sobre as práticas sociais podemos considerar que estas vão se traduzir como condutas observáveis que apontam para além delas mesmas, é o que podemos observar no pensamento de Pierre Bourdieu sobre o *habitus*. O autor nos faz questionar quais os princípios relacionais encobertos ou dissimulados no espaço social, mas o que isso quer dizer? significa que por meio do *habitus* é possível perceber a estrutura social, seja na linguagem, no comportamento ou nos gostos das pessoas. Para Bourdieu (2002) o *habitus* é determinante para saber a posição do indivíduo no campo social, o conceito pode ser compreendido como estruturas mentais por meio das quais os indivíduos apreendem o mundo social, isto é, estruturas incorporadas a tal ponto, que os indivíduos não as questionam, as veem como manifestação de um gosto ou costume. Contudo, na realidade o *habitus*, relaciona-se ao processo histórico-social, é adquirido pela socialização nos diversos locais sociais como: família, escola, igreja e em outros campos como a mídia.

Dessa maneira nas relações sociais são estabelecidas hierarquias que dentro das organizações sociais estão no *status* de legitimação, fora das organizações as pessoas lidam com hierarquias determinadas por relações de poder, a classe detentora do capital constrói uma maneira de localizar os indivíduos em lugares sociais determinados. Esse fato acarreta o condicionamento por parte da estrutura subjetiva, ou seja, as pessoas, assim é permitida a reprodução do que está na estrutura objetiva social, como por exemplo as desigualdades sociais. Para Bourdieu a sociedade pode ser entendida a partir de conceitos-chave: campo social, *habitus*

sociales incluyen información que por lo general se anticipa a los cambios. Pueden poner sobre aviso de dinámicas no deseables y eventualmente contribuir a que se corrijan o eviten. (Martín Serrano, 2007, p. 24).

e capital. Além destes, outros dois conceitos são fundamentais para a compreensão da lógica e definição das práticas sociais: as regras e as estratégias. Nas palavras do autor:

O habitus como social inscrito no corpo, no indivíduo biológico, permite produzir a infinidade de atos de jogo que estão inscritos no jogo em estado de possibilidades de exigências objetivas; as coações e as exigências do jogo, ainda que não estejam reunidas num código de regras, impõem-se àqueles e somente àqueles que, por terem o sentido do jogo, isto é, o senso da necessidade imanente do jogo, estão preparados para percebê-las e realizá-las. (Bourdieu, 2004, p. 82).

Nos campos sociais, as práticas ou *habitus* originam-se da internalização desse sistema de regras da estrutura objetiva, os atores mesmo inconscientemente reconhecem o sentido do jogo e o reproduzem no seu cotidiano. Para defender essa ideia Bourdieu (2002) considera que a construção do espaço social é “[...] essa realidade invisível, que não podemos mostrar nem tocar e que organiza as práticas sociais e as representações dos agentes [...]”. (BOURDIEU, 2002, p. 22). As regras são pré-existentes ao indivíduo, já que são construídas histórica e socialmente, ao mesmo tempo são definidas também pelo acervo das relações sociais de que dispõe um indivíduo ou um grupo. A estratégia estaria ligada a um determinado interesse de subverter a ordem de determinada regra para atingir um objetivo, que pelo sistema estabelecido não seria permitido. No que diz respeito às estratégias o autor considera que:

é preciso inscrever na teoria o princípio real das estratégias, ou seja, o senso prático, ou, se preferirmos, o que os esportistas chamam de "sentido do jogo", como domínio prático da lógica ou da necessidade imanente de um jogo, que se adquire pela experiência de jogo e que funciona aquém da consciência e do discurso (à semelhança, por exemplo, das técnicas corporais). (Bourdieu, 2004, p. 79).

Com essa perspectiva podemos considerar que as práticas sociais podem ser consideradas como as ações práticas que cada pessoa desempenha nos diversos campos sociais aos quais pertença. (Bourdieu, 2004). Desde o gosto pela leitura ou a falta dele, preferências musicais, lugares de lazer frequentados e ações cotidianas como ir às compras, tais ações com caráter prático muito diluído comportam nuances da vida social. Estas nuances são percebidas apenas quando o olhar sociológico é lançado sobre elas para destrinchá-las. Esse processo colabora na compreensão da relação do agente social e da sociedade, o sujeito pode fazer de modo autônomo e tecnologias externas (Williams, 2011) e na área da comunicação midiática permite a reflexão da mídia como construtora da realidade social.

Um dos pontos preponderantes nos estudos de Williams (2011) é sem dúvida a centralidade da linguagem e da comunicação como forças sociais formadoras, para ele essas instâncias desempenham um papel formativo nas pessoas, isso pode ser evidenciado na proliferação dos meios de comunicação de massa e sua relação com a sociedade. Nas produções culturais como livros, filmes, programas de tv, jornais, é possível notarmos que as práticas de

discurso e escrita estão presentes em todas as áreas da cultura e são materializações dos valores sociais. O pensador enxerga a cultura como processo produtivo material e social, assim a linguagem e os meios de comunicação se traduzem como prática social, isso quer dizer que estes necessitam de condições objetivas ou materiais para sua produção.

As práticas sociais das artes e da comunicação como meios de produção apontam para a materialidade evidenciando as condições de execução prática, como por exemplo a elaboração de um filme, que no seu processo produtivo envolve uma série de atividades ligadas a dimensão objetiva ou material. Montagem de cenários, gravação e edição do filme, escolha do elenco, divulgação da obra, todas essas etapas desenvolvidas por profissionais de uma equipe composta para realização daquele trabalho.

Desse modo, analisando ainda a questão ideológica é preciso elucidar as especificidades da produção cultural. A produção cultural tem uma elaboração formal, se alguém olha para uma escultura detecta-se uma forma, o mesmo ocorre com outros produtos seja um livro ou mesmo o jornalismo que também possui uma forma específica, ou seja, uma rotina produtiva própria e é por esse motivo que se observa também a dimensão imaginária ou imaterial das produções culturais.

Os modos de ‘naturalização’ desses meios de produção comunicativa necessitam ser continuamente analisados e enfatizados, pois eles são de fato tão poderosos e novas gerações estão se tornando tão habituadas a eles que aqui, tão fortemente quanto em qualquer outro local do processo socioeconômico moderno, as atividades e as relações reais dos homens estão ocultadas atrás de uma forma reificada, uma modalidade reificada, uma mídia moderna. (WILLIAMS, 2011, p. 85).

Nas sociedades capitalistas avançadas, a produção dos modos de vida e das opiniões é realizada com a mesma lógica e tecnologia com que se produzem roupas, móveis, eletrodomésticos e outros artefatos. A questão central do materialismo cultural de Raymond Williams é o estudo das formas de constituição da hegemonia para combatê-la e para que as pessoas pensem de um modo diferente, isto é, criticamente. A ênfase que o autor emprega está na produção de significados e valores pela arte e pelas outras formas de comunicação, pois enxerga a produção cultural como um local de construção de subjetividades, além disso pode esta ser considerada veículo da hegemonia.

De fato, como destaca Silverstone (2002) precisamos ter compreensão do processo de mediação e perceber como se dá o surgimento dos seus significados, em qual local e com quais consequências. É necessário desenvolver capacidades de identificar em que fase o processo falha, ou mesmo é distorcido pelos aparatos tecnológicos ou de forma intencional, assim é necessário entender sobre a mediação seu caráter político, suas vulnerabilidades ao exercício do poder, sua dependência das instituições e de indivíduos, bem como seu poder de persuasão

e de reivindicar atenção e resposta. (SILVERSTONE, 2002). Sobre o estabelecimento da mediação Sodré (2002) *apud* Trigueiro (2008) afirma que:

Para inscrever-se na ordem social, a mediação precisa de bases materiais, que se consubstanciam em instituições ou formas reguladoras do relacionamento em sociedade. As variadas formas da linguagem e as muitas instituições mediadoras (família, escola, sindicato, partido, etc.) investem-se de valores (orientações práticas de conduta) mobilizadores da consciência individual e coletiva. Valores e normas institucionalizados legitimam e outorgam sentido social às mediações. (SODRÉ, 2002, p. 21 *apud* TRIGUEIRO, 2008, p. 32).

Este pensamento estabelece diálogo com o fato de que “Todos nós somos mediadores, e os significados que criamos são eles próprios, nômades. Além de poderosos.” (SILVERSTONE, 2002, p. 43). Podemos observar que a mídia estrutura as práticas sociais por meio dos aparatos tecnológicos existentes na esfera social, que ampliam o alcance e a exposição dos discursos. Contudo, o público não está alheio aos acontecimentos do campo social, não há uma passividade eterna, pois as pessoas pesquisam, constroem e comunicam a partir das suas experiências cotidianas.

2.1 FOLKCOMUNICAÇÃO: TEORIA EM PROCESSO, MEDIAÇÕES E INTERCÂMBIO DE MENSAGENS

O desenvolvimento de pesquisas da comunicação inserida na dinâmica da cultura popular, de maneira geral, ou com ênfase em processos específicos como as manifestações culturais e suas práticas, os agentes da rede folkcomunicacional, as apropriações midiáticas dos fenômenos culturais são inegáveis, sobretudo, nos últimos 50 anos.

Em face das constantes mudanças no âmbito das práticas sociais e da comunicação midiática, os estudos em torno de como a mídia se insere onde na atualização no sistema folkcomunicacional se tornam relevantes. Esta relevância nos leva à questão da tradição das feiras livres do Nordeste brasileiro, que no seu cotidiano revelam além das experiências de consumo, sua rede de relações sociais e comunicacionais, tendo como pano de fundo o moderno e o tradicional, em coexistência.

A folkcomunicação pode ser pensada, do ponto de vista histórico, momentos distintos: na sua gênese em 1965, Luiz Beltrão inaugura a difusão das Ciências da Comunicação no Brasil, o marco desse momento é o seu artigo seminal *O ex-voto como fenômeno jornalístico* publicado no primeiro número da revista *Comunicação & Problemas* produzida na Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). Vale ressaltar que esta foi a primeira revista científica brasileira, que se debruçou sobre a temática comunicacional criada pelo autor. Ainda

como fruto de seu pioneirismo promissor, em 1963, ele também criou o centro sobre pesquisas em comunicação, o Instituto de Ciências da Informação (INCIFORM), na mesma universidade.

Na publicação sobre o ex-voto, Beltrão lança um olhar de pesquisador da comunicação para um fenômeno já estudado no campo antropológico, sociológico e folclórico. A respeito da temática Beltrão (1965) *apud* Marques de Melo (2008) comenta que:

Pois é tempo de não continuarmos a apreciar nessas manifestações apenas os seus aspectos artísticos, a sua finalidade diversionista, mas procuramos entendê-las como a linguagem do povo, a expressão do seu pensar e do seu sentir tantas e tantas vezes discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes. Esse sentido camuflado, que não raro escapa ao próprio estudioso dos fenômenos sociológicos, é, contudo, perfeitamente compreendido por quantos tenham com os comunicadores aquela experiência sociocultural comum, condição essencial a que se complete o circuito de qualquer processo comunicativo. (BELTRÃO, 1965 p. 10 *apud* MARQUES DE MELO, 2008, p. 19).

Em 1967, o autor defendeu a tese pioneira de doutorado, intitulada *Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e ideias*, pela Universidade de Brasília (UnB) e tornou-se o primeiro doutor em comunicação da história da academia brasileira. O estudo além de abrir caminho para as pesquisas científicas na área das ciências da comunicação demonstrava a relação entre o folclore e a comunicação popular, que aborda a valorização de camadas sociais por vezes não valorizadas no âmbito acadêmico.

O termo folclore foi criado pelo arqueologista William Tones, em 1846, e identificava o saber tradicional preservado pela transmissão oral dos camponeses, no entanto, o autor brasileiro foi influenciado pelo folclorista Edson Carneiro, em especial pelo livro *A dinâmica do folclore*, publicado em 1950 e em 1965, em uma versão melhorada, uma obra que causou polêmica. Sobre a proposta beltraniana José Marques de Melo (2014) afirma que:

Ela desagrada folcloristas ortodoxos, que a consideram avançada, esquerdista. Mas também não entusiasma os cientistas sociais, encastelados nas cátedras universitárias, que avaliam o folclore como um objeto menor, signo de alienação das classes subalternas. (MARQUES DE MELO, 2014, p. 11).

Os pesquisadores e pesquisadoras dessa teoria tem que atentar para a importância da compreensão de três conceitos fundamentais, cultura popular, folclore e folkcomunicação. O folclore se traduz na manifestação da cultura, os estudos são direcionados para formas de conhecimento individuais ou grupais gerados pela cultura popular. Num outro enfoque, a folkcomunicação é o processo comunicativo por meio das expressões populares dentro do folclore, enquanto um é o próprio conhecimento, o outro é o processo comunicativo estabelecido pelos agentes desse conhecimento. Nesse prisma a investigação folkcomunicacional não é um estudo antropológico, folclórico, sociológico, é um estudo comunicacional, mesmo permeando essas áreas de conhecimento.

No ano de 1971, foi lançado o livro *Comunicação e Folclore* versão parcial da tese de doutorado do autor, que permitiu a abertura para um conhecimento profícuo que se tornou a base para pesquisas em nível regional, nacional e internacional. Outro momento marcante foi o congresso inaugural da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), em 1977, que aconteceu na cidade de São Paulo (SP), corroborando a relevância dos estudos de folkcomunicação como parte da disciplina sistemas de comunicação no Brasil.

No ano de 1980, dando continuidade aos estudos, Beltrão lança o livro *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados* (1980), o termo marginalizado trazido nessa obra admite várias interpretações, Beltrão usa-o na concepção do homem marginal do sociólogo norte-americano Robert Park (1864-1944). Esse homem marginal é aquele que está à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e se fundiram totalmente, a cultura da sua comunidade e a cultura dominante, sendo este influenciado por ambas. Nessa obra, o autor entende a teoria de comunicação popular como sendo um processo de caráter artesanal e horizontal. Sobre a obra Marques de Melo (2008) afirma que:

Luiz Beltrão revisa criticamente o conceito de folkcomunicação, no livro, *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados* minimizando o reducionismo jornalístico e a focalização nordestina, contidos na proposição inicial. Ampliando o universo espacial (para incluir várias partes do território nacional) e do espectro cognitivo (para abranger as expressões lúdicas, educativas, mercadológicas e utilitárias), o estudo da comunicação popular tradicional ganhou maior consistência e a disciplina ampliou seu corpo de pesquisadores. (MARQUES DE MELO, 2008, p. 146).

Beltrão (1980; 2014) pensa a audiência folk e estabelece três grandes grupos excluídos: o primeiro, os grupos rurais marginalizados: sobretudo devido ao seu isolamento geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual. No segundo grupo destacamos os grupos urbanos marginalizados: compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso. No terceiro grupo estão os culturalmente marginalizados sejam urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigente. (BELTRÃO, 1980; 2014). Nas palavras de Santana (2019) sobre a noção de marginalidade na teoria da folkcomunicação:

a importância da folkcomunicação como ferramenta de análise a um sistema de desenvolvimento que exclui uma parcela da população e impede sua atuação em questões sociais, políticas e econômicas. De antemão, entendemos que a marginalidade é resultado de um processo de subalternização, operado e reforçado também pelo sistema de comunicação na sociedade contemporânea. (SANTANA, 2019, p. 2).

Em 1996, foi criada a Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional na Umesp, integrada a Rede das Cátedras da Unesco de Comunicação (*ORBICOM*). Sobre o tema Marques de Melo (2008) diz que:

Na instalação da Rede ORBICOM, em Paris, no mês de outubro, José Marques de Melo apresenta a plataforma da Cátedra UNESCO/METODISTA de Comunicação, incluindo uma linha de pesquisa sobre Folkcomunicação, de acordo com as recomendações do Seminário de São Paulo, ou seja, potencializar ações destinadas a preservar o ‘patrimônio imaterial’ das sociedades latino-americanas, neutralizando a ‘degradação cultural provocada pelo impacto das comunicações globais’. (MARQUES DE MELO, 2008, p. 165).

Em 21 de maio de 1996, foi realizada a sessão solene de instalação da nova Cátedra e um dos objetivos dela era fomentar o uso dos meios de comunicação em programas de desenvolvimento regional e promoção do intercâmbio científico entre instituições brasileiras e congêneres latino-americanas. Partindo desse objetivo o professor José Marques de Melo propôs o fortalecimento das redes acadêmicas, sendo que os principais objetivos e diretrizes da cátedra eram: fomentar o uso dos meios de comunicação em programas de desenvolvimento regional e promoção do intercâmbio científico entre instituições brasileiras e congêneres latino-americanas.

Com destaque um dos marcos foi realizada a 1ª Conferência de Folkcomunicação na Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), em 1998, em homenagem aos 80 anos de Luiz Beltrão. O evento reuniu trabalhos de várias regiões alocados em 4 grupos de trabalho: Teoria e Metodologia da Folkcomunicação; Manifestações Espontâneas da Comunicação; Mediações Folkmidiáticas e Massmidiáticas e Mediações Folkmidiáticas e Religiosas. Na ocasião foi criada a Rede Brasileira de Folkcomunicação (Rede Folkcom) para promover e articular os pesquisadores e as pesquisadoras neste campo científico.

Com o objetivo de preencher uma lacuna existente na área da comunicação social brasileira, em 2001, foi realizada a publicação da versão completa da Tese de Doutorado de Luiz Beltrão, pela EDIPUCRS da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

Figura 01 – Linha do tempo do Folkcomunicação



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A folkcomunicação como teoria da comunicação genuinamente brasileira fornece estímulos ao regionalismo, e a uma cultura contra hegemônica, que vem dar visibilidade as 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. Sobre o surgimento do nome da teoria Oliveira (2020) afirma:

Este nome foi dado pela junção de duas palavras – “folclore” e “comunicação”. Na época de Luiz Beltrão, no Brasil folclore se escrevia com “K”, e assim nasceu

Folkcomunicação, também com “K”, como Joseph Luyten historiou. O que para muitos questionadores mais atuais da teoria foi motivo de estranhamento e crítica, pois parecia uma submissão a uma língua estrangeira, uma americanização. Mas não, pois assim era grafado o termo até a reforma ortográfica de 1970. Mas o que me espanta, atualmente, é que as mesmas pessoas que criticam a nomenclatura utilizam no seu linguajar corriqueiro as palavras “live” ao invés de “transmissão ao vivo”, isso que estamos fazendo agora. Ou hambúrguer, para falar de um lanche, palavra que por sua vez também tem origem não portuguesa. (OLIVEIRA, 2020, p. 247).

O surgimento dessa nova teoria possibilitou a abertura de novas fronteiras teóricas e metodológicas na compreensão dos fluxos de comunicação e das trocas culturais e simbólicas entre a cultura local e global. O autor descobriu por meio de observações que as classes populares ou marginalizadas socialmente, através dos seus ritos, saberes, linguagens e arte, organizavam-se e interagiam usando canais próprios de comunicação que possibilitam a perpetuação dos seus valores culturais e materiais através das gerações e de processos dinâmicos sociais. Nas palavras de Beltrão (2014):

Folkcomunicação é um 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 mudança social. (BELTRÃO, 2014, p. 65).

As pesquisas dessa vertente teórica devem que atentar para não fazer confusão entre os conceitos básicos que a formam, então é necessário começar a compreender a conceituação de cultura popular, folclore e folkcomunicação. Assim, o folclore pode ser compreendido como a manifestação da cultura do povo, tendo os seus estudos e pressupostos teóricos voltados para a cultura popular. Por outro lado, a folkcomunicação é o processo comunicativo por meio das expressões populares dentro do folclore. Enquanto um (o folclore) é o próprio conhecimento gerado por práticas culturais populares, o outro (folkcomunicação) é o processo comunicativo desse conhecimento, dessa forma os estudos folkcomunicacionais não são estudos antropológicos, folclóricos, ou sociológicos são sobretudo estudos e pesquisas comunicacionais. Contudo, vale ressaltar que os campos do saber não operam com distanciamento, a exemplo da própria folkcomunicação que habita o campo da interdisciplinaridade.

Se o folclore pode ser compreendido como formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes marginalizadas, a folkcomunicação por sua vez apresenta mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, de forma popular, mensagens previamente divulgadas pela cultura de massa. Na gênese do pensamento folkcomunicacional Luiz Beltrão a compreendia como processo de intercâmbio entre a cultura das elites sejam intelectuais ou massificadas e a cultura das classes subalternas sejam rurais ou urbanas. (MARQUES DE MELO, 2008).

Quando elementos da cultura popular estabelecem a função de mídia de indivíduos e grupos marginalizados surge a folkcomunicação, Luiz Beltrão percebeu que nas comunidades populares que estão mais isoladas da mídia de massa, as mensagens não são recebidas diretamente. O autor se inspirou no modelo proposto pelo pesquisador Paul Lazarsfeld que apontava o duplo fluxo da comunicação envolvendo o emissor, o receptor da mensagem e o intermediário do processo comunicativo. A partir disso Marques de Melo (2014) discute:

Qual a tese defendida por Luiz Beltrão? Ela constitui um desdobramento da hipótese construída por Lazarsfeld e Katz — *two step of communication* — para efetuar a ideia dominante da onipotência midiática. As evidências empíricas coletadas nos Estados Unidos permitem concluir que a mídia consegue mobilizar a atenção coletiva dos usuários, mas seus efeitos são mediados por líderes de opinião que filtram as mensagens segundo os padrões consensuados nos grupos primários. No caso brasileiro, Luiz Beltrão verificou que o papel das lideranças grupais é exercido, no campo, nas cidades do interior ou nas periferias metropolitanas, por agentes folkcomunicacionais. Esses recodificam as mensagens midiáticas, reinterpretando-as de acordo com os valores comunitários. (MARQUES DE MELO, 2014, p. 13).

Como no caso da literatura de cordel, um dos primeiros exemplos estudados pelo autor, onde os conteúdos políticos, econômicos ou sociais, isto é, fatos atuais são retrabalhados por essa liderança popular intermediária, o cordelista ou o cantador de viola. Dessa forma, o representante da cultura popular recolhe a mensagem no campo mais amplo da mídia de massa e traduz numa linguagem popular para as comunidades marginalizadas. Esse processo complexo de comunicação popular está em constante transformação e passa a criar cadeias de retransmissão das mensagens e assim cria novos sentidos para os fatos.

Diante da exposição do conceito, Sabbatini e Maciel (2019) apontam que há três principais características desse sistema comunicacional a seguir:

- (1) horizontalidade, na medida em que emissores e receptores pertencem a um mesmo estrato cultural, social ou financeiro;
- (2) artesanidade, devido as características primárias dos meios utilizados. E somam-se a estes a dialogia, que recupera o elemento de diálogo e alternância entre as funções de emissor e receptor;
- (3) participatividade, com o acesso amplo por parte de toda a comunidade ao processo.

Nesse prisma, as camadas sociais não hegemônicas, populares ou marginalizadas como se referia Beltrão produzem uma comunicação viva, podemos dizer que esse extrato 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 interpretação como o líder de opinião (BELTRÃO, 2014) ou o ativista midiático (TRIGUEIRO, 2008). Dessa forma Beltrão enxerga que o discurso

proveniente dessas camadas deve estar a serviço da sua participação de caráter desenvolvimentista e uniforme onde todos os agentes do processo sejam beneficiados. Nas palavras do autor:

Constatadas a importância do líder de opinião em qualquer operação de mudança e a ineficiência presente nos meios convencionais de comunicação para promover a interação social, a pesquisa deve voltar-se para a identificação do processo comunicativo e dos agentes e instrumentos eficazes para reunificar o pensamento e harmonizar a atividade dos diversos grupos, com vistas ao desenvolvimento cultural e econômico. (BELTRÃO, 2014, p. 67).

Nesse sentido, a função da folkcomunicação é realizar a investigação dos processos comunicacionais, detectando os sujeitos, os atores sociais, os elementos do processo, e ainda qual discurso está subentendido no conteúdo das mensagens, explicando as relações, os lugares sociais e a importância daquela informação naquele contexto social, político e ideológico. Tais aspectos podem ser revelados, a partir do estudo dos processos comunicacionais. (AMPHILO, 2019).

De acordo com (AMPHILO, 2019, p. 392) existem variantes no processo folkcomunicativo, descritas a seguir:

- (1) A queda do regime militar e a abertura política do país, que possibilitou a abertura aos estudos da relação entre a cultura popular e o folclore e os meios de comunicação de massa, além da pesquisa dos seus efeitos;
- (2) O jornalismo televisivo, com linguagem formal/coloquial, ficando num meio termo, tornando a mensagem inteligível a um número maior de telespectadores. Como também, o jornalismo interpretativo e opinativo, expresso em vários meios de comunicação massivos, proporcionando um maior esclarecimento da informação. Além do jornalismo especializado, como o jornalismo cultural, econômico, esportivo, que proporciona informações inteligíveis ao receptor;
- (3) A formação de profissionais qualificados das áreas de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Cinema e, recentemente Mídias Digitais, que tiveram acesso às teorias das comunicacionais elaboradas pelos pioneiros, renovadores e inovadores da comunicação, que são formadores desses profissionais, que mudaram a maneira do fazer profissional e atualmente elaboram mensagens mais direcionadas e inteligíveis ao público-alvo;

- (4) O avanço tecnológico e a aceleração da informação, além da democratização do acesso aos meios de difusão simbólica.

De acordo com a classificação de Marques de Melo (2008), os fenômenos da comunicação popular estão divididos em cinco gêneros folkcomunicacionais: oral, musical, escrito, icônico e cinético. A seguir o Quadro 01 descreve os gêneros, os formatos e os tipos propostos nessa classificação.

Quadro 01 - Taxionomia da Folkcomunicação:



Fonte: (MARQUES DE MELO, 2008, p. 91-95).

Com base nessa teoria em processo e viva, Luiz Beltrão e seus seguidores, destacando um dos principais o professor José Marques de Melo, legitimam a comunicação de foro popular. Essa legitimação ocorre na escolha para investigação científica das manifestações da folkcomunicação: as festas populares (festas de padroeiros, carnaval), os produtores da cultura popular (repentistas, cordelistas, mestres de coco de roda), os artefatos populares (vestuário, comidas típicas, letreiros, pichações, frases de para-choques), aliam-se a esta síntese uma vasta relação de expressões simbólicas do povo.

Em nível de análise e averiguação desenvolvemos nessa dissertação, através de um caminho teórico-metodológico munido da folkcomunicação e de contribuições das ciências sociais, um olhar pousado nas práticas e narrativas da cultura popular que estão presentes na atmosfera da feira livre.

O ponto essencial deste estudo é ampliar o raio de observação dos fenômenos folkcomunicacionais, percorrendo os caminhos cruzados entre a cultura popular e os fluxos midiáticos. Sendo assim, faz reflexões sobre a *práxis* humana são pertinentes e contribuem no avanço do conhecimento, incluindo a prática comunicativa, ambas passaram por um

desenvolvimento inicial de forma espontânea e são atividades determinantes para o cenário social local e global.

2.3 TEORIA DA FOLKCOMUNICAÇÃO ALIADA ÀS EPISTEMOLOGIAS DO SUL: PERSPECTIVAS TEÓRICAS E SOCIAIS

Nessa perspectiva, caminhamos para o encadeamento da teoria da folkcomunicação com as epistemologias do Sul, consideramos que o ponto de cruzamento reside na afirmativa de que a comunicação popular da feira livre é um agente das epistemologias do Sul. Podemos dizer, que as narrativas simbólicas da feira livre estão inseridas num contexto que privilegia as vozes distintas dos diversos grupos sociais invisibilizados, por valores do sistema trino do colonialismo⁵, capitalismo e heteropatriarcado⁶, muitas vezes legitimados pelas instituições sociais. Portanto, o território percorrido nos permite diagnosticar as condições que permeiam a prática comunicativa em que se centra a pesquisa, e busca elementos significativos para que o objeto adquira a condição de forma de conhecimento na academia e na sociedade.

No campo das relações entre saberes, as pesquisas em folkcomunicação dispõem de um referencial teórico-metodológico sólido e interdisciplinar, utilizando conceitos próprios do pensamento folkcomunicacional como também congregando teorias filosóficas, sociológicas e antropológicas. Dessa forma, a folkcomunicação, por ser uma teoria em processo, dialoga com correntes de pensamento que vem contribuindo para a produção científica na área, uma dessas correntes são as epistemologias do Sul. A principal finalidade da teoria descolonizadora é promover um diálogo entre o conhecimento excluído, dando espaço para os conhecimentos silenciados ao longo do tempo. Nas palavras de Santos e Meneses (2013) surgem questionamentos pertinentes a respeito da construção do conhecimento:

Por que razão, nos dois últimos séculos, dominou uma epistemologia que eliminou da reflexão epistemológica o contexto cultural e político da produção e reprodução do conhecimento? Quais foram as consequências de uma tal descontextualização? São hoje possíveis outras epistemologias? (SANTOS; MENESES, 2013, p. 11).

Como explica Santos (2019) as epistemologias do Sul são originadas a partir das lutas de caráter social e político, procurando evidenciar saberes e experiências por vezes desconsiderados no campo epistemológico dominante. Sobre a definição do conceito pós-

⁵ O conceito de colonialismo é utilizado pelo autor “[...] no seu sentido mais amplo, significando um dos modos eurocêntricos modernos de dominação baseados na privação ontológica, isto é, na recusa em reconhecer a humanidade integral do outro.” (SANTOS, 2019, p. 162).

⁶ Termo utilizado por Boaventura de Sousa Santos para designar além da discriminação de ordem social, a discriminação de orientação sexual. Fonte: A Sociologia Pós-Abissal: Metodologias Não Extrativistas (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1SHnc6P7Z6A>.

colonial Santos e Meneses (2013) apontam que diz respeito as intervenções epistemológicas que questionam os saberes suprimidos ao longo dos últimos anos e que denunciam a supressão de saberes pelo pensamento universalista há séculos e promove um diálogo entre estes conhecimentos. O Sul nessa perspectiva não é o sul geográfico e sim o geopolítico, é o conjunto de países ou grupos sociais que sofrem a opressão dos mega contextos, que são o colonialismo, o capitalismo e o patriarcado.

“O Sul que se opõe ao Norte não é o sul constituído pelo norte como vítima, e sim o sul que se revolta a fim de ultrapassar o dualismo vigente”. (SANTOS, 2019, p. 26). As epistemologias do Sul são um convite a um amplo reconhecimento das experiências de conhecimentos do mundo, incluindo, depois de reconfiguradas, as experiências de conhecimento do Norte global. (SANTOS; MENESES, 2013).

Pois, as lutas sociais contra os sistemas hegemônicos ocorrem tanto no norte (Europa e América do Norte, também chamados países dominantes) quanto no sul (América Latina, Caribe e África, países tidos como subalternos), em sentido geográfico e epistemológico. Tais lutas possuem como principais integrantes os sujeitos ausentes do campo do conhecimento dominante, grupos considerados incapazes de construir um conhecimento tido como válido.

Ao discutir tais grupos Boaventura de Sousa Santos (2019) destaca que as lutas, contra os mega contextos o capitalismo, o colonialismo e o patriarcado, são liderados por trabalhadores em situação de precariedade, imigrantes vítimas de xenofobia, população negra vítima de racismo, muçulmanos pobres vítimas de islamofobia, refugiados, mulheres vítimas de violência doméstica, população LGBTQIA+. Além destas, incluem-se as outras maneiras pelas quais a violência se expressa, em sua maioria direcionada às classes desprestigiadas socialmente.

Podemos perceber que o colonialismo histórico e o sistema patriarcal são fortes instrumentos de degradação de direitos sociais e se articulam ao sistema capitalista, este último tendo reconfigurado os dois primeiros de forma dar manutenção as ideias dominantes do norte. Assim, esse movimento trino promove uma morte simbólica ou o apagamento de várias culturas formadas por grupos desprestigiados âmbito social. A respeito das categorias criadas e impostas pela epistemologia ocidental Palermo (2013) afirma que:

Não se trata de negá-la e mudá-la, mas de assumi-la analiticamente pondo em diálogo o pensamento crítico que surge desde sua interioridade com o que se torna de culturas exteriores àquele. Tal diálogo possibilita romper com a monotopia da verdade única, incluindo nela o aparente relativismo que postula a retórica da pós-modernidade, enquanto esta continua falando da mesma lógica; pelo contrário, reclama-se a interação produtiva com perspectivas "outras", as emergentes da diferença colonial

que surge como consequência do poder colonial. (PALERMO, 2013, p. 244, tradução nossa).⁷

Dessa forma, entendemos que o conhecimento do norte global é um paradigma que nasce no século XVII, sendo mais forte no século XIX e se estende aos dias atuais, se afirmando como um paradigma único de conhecimento científico, rigoroso e válido. Essa visão nortocêntrica faz com que os outros saberes não se sintam produtores de conhecimento com caráter transformador e ativo. Sobre o problema epistemológico do pensamento unilateral Palermo (2013) comenta que:

Ao surgir centralmente o problema da validade do conhecimento tal como foi e é considerado nas nossas academias, a questão reside na reflexão sobre um problema de ordem epistemológica marcado pela diferença colonial que reclama dar resposta a uma pergunta inicial: por que é legítima uma só forma de conhecer a eurocentrada e não qualquer outra? Articulada desta maneira a questão epistemológica, assume desde o início a forma de uma pergunta política sobre o conhecimento e coloca a questão em termos de luta hegemônica dentro de um campo onde eles existem (e é reconhecido que eles existem desde essa mesma hegemonia e para auto-validar-se) várias formas de conhecer: magia, ciência, religião, entre outras e que se revelam para essa política excludente a favor da ciência. (PALERMO, 2013, p. 246, tradução nossa).⁸

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, com isso o objetivo das práticas sociais é preservado na sua amplitude e democracia. A produção do conhecimento não está separada 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 e saberes.

O importante numa avaliação histórica do papel da ciência é ter presente que os juízos epistemológicos sobre a ciência não podem ser feitos sem tomar em conta a institucionalidade que se constituiu com base nela. A epistemologia que conferiu à ciência a exclusividade do conhecimento válido traduziu-se num vasto aparato institucional — universidades, centros de pesquisa, sistema de peritos, pareceres técnicos — e foi ele que tornou mais difícil ou mesmo impossível o diálogo entre a

⁷ No original: No se trata de negarla y cambiarla, sino de asumirla analíticamente poniendo en diálogo el pensamiento crítico que surge desde su interioridad con el que deviene de las culturas externas a aquél. Tal diálogo posibilita romper con la monotopía de la verdad única, incluyendo en ella el aparente relativismo que postula la retórica de la posmodernidad, en tanto esta sigue hablando desde la misma lógica; se reclama, al contrario, la interacción productiva con perspectivas “otras”, las emergentes de la diferencia colonial que se entrama como consecuencia del poder colonial. (PALERMO, 2013, p. 244).

⁸ No original: Al surgir centralmente el problema de la validez del conocimiento tal como ha sido y es considerado en nuestras academias, la cuestión radica en la reflexión sobre un problema de orden epistemológico marcado por la diferencia colonial que reclama dar respuesta a una pregunta inicial: ¿por qué es legítima una sola forma de conocer -la eurocentrada- y no cualquier otra? Articulada de esta manera la cuestión epistemológica, asume desde el principio la forma de una pregunta política sobre el conocimiento y coloca la cuestión en términos de lucha hegemónica al interior de un campo en el que existen (y se reconoce que existen desde esa misma hegemonía y para autovalidarse) varias formas de conocer: magia, ciencia, religión, entre otras y que resultan -para esa política-excluyentes entre sí a favor de la ciencia. (PALERMO, 2013, p. 246).

ciência e os outros saberes. Ora essa dimensão institucional, apesar de crucial, ficou fora do radar epistemológico. Com isso, o conhecimento científico pôde ocultar o contexto sócio-político da sua produção subjacente à universalidade descontextualizada da sua pretensão de validade. (SANTOS; MENESES, 2013, p. 16).

Pensar o conhecimento é acima de tudo pensar sobre nossa condição humana e subjetiva, e experienciar o mundo com pertencimento e protagonismo a partir de novos paradigmas epistemológicos, sociais e políticos. O que permite a reinvidicação de outras formas de pensar, viver, sentir, ouvir e conhecer que precisam ser iluminadas, pois elas existem e estão vivas. Sobre o conhecimento produzido no ambiente acadêmico como lugar de poder Kilomba (2008) comenta que:

Quando acadêmicas/os brancas/os afirmam ter um discurso neutro e objetivo, não estão reconhecendo o fato de que elas e eles também escrevem de um lugar específico que, naturalmente, não é neutro nem objetivo ou universal, mas dominante. É um lugar de poder. Desse modo, se esses ensaios parecem preocupados em narrar as emoções e a subjetividade como parte do discurso teórico, vale lembrar que a teoria está sempre posicionada em algum lugar e é sempre escrita por alguém. Meus escritos podem ser incorporados de emoção e da subjetividade, pois contrariando o academicismo tradicional, as/os intelectuais negras/os se nomeiam, bem como seus locais de fala e de escrita criando um novo discurso com uma nova linguagem. (Kilomba, 2008, p. 58).

Como afirma Mignolo (2017) a noção de um pensamento e prática imperial já se encerrou, novos futuros globais estão sendo construídos nos quais diversas trajetórias e opções serão possíveis; contudo, não existirá espaço para uma única visão. A opção descolonial não visa ser a única opção. (MIGNOLO, 2017). A questão que se coloca atualmente não é destruir o centro construído durante quinhentos anos de dominação nortecêntrica, mas descentrá-lo multiplicando os centros existentes. O vocabulário que descreve o presente para um futuro multipolar inclui não só a economia e a política, mas o conhecimento, a subjetividade e a visualidade cartográfica. (MIGNOLO, *et al*, 2014, tradução nossa).

O pensamento descolonial e as opções descoloniais (isto é, pensar descolonialmente) são nada menos que um inexorável esforço analítico para entender, com o intuito de superar, a lógica da colonialidade por trás da retórica da modernidade, a estrutura de administração e controle surgido a partir da transformação da economia do Atlântico e o salto de conhecimento ocorrido tanto na história interna da Europa como entre a Europa e as suas colônias. (MIGNOLO, 2017, p. 6).

Os outros discursos e saberes são provenientes de realidades tidas como marginais pelo pensamento universalista, contudo estas narrativas dispõem de potencial significativo e próprio dentro do amplo espectro das culturas, práticas sociais, alternativas teóricas e políticas existentes. Com essa abertura de pensamento se possibilitou novas maneiras de produção de conhecimento científico tendo como ênfase os campos social, popular e tradicional. Como sugerem Nobre e Gico (2015) ao apontarem que na teoria folkcomunicacional existe a tendência

a uma nova maneira de produzir ciência e o entendimento da teoria como linha de pensamento oposta ao fenômeno do epistemicídio de saberes e práticas subalternizadas ao longo do tempo. Dessa forma, a teoria da folkcomunicação pode ser caracterizada como pensamento de caráter emergente e com traços de justiça cognitiva entre os saberes, especificamente entre o conhecimento popular e o científico. A respeito dessas novas formas de aprendizagem Mignolo (2014) afirma que:

A modernidade produz feridas coloniais, patriarcais (normas e hierarquias que regulam o gênero e a sexualidade) e racistas (normas e hierarquias que regulam a etnicidade), promove o entretenimento (banal) e narcotiza o pensamento. Por isso, a tarefa do fazer, pensar e estar sendo descolonial é a cura da ferida e da viciosa compulsão para o "querer ter" nos prenderem das normas e hierarquias modernas é o primeiro passo para o nos refazer. Aprender a desaprender para reaprender de outra maneira, é o que nos ensinou a Filosofia de Amawtay Wasi. (MIGNOLO, *et al*, 2014, p. 4, tradução nossa).⁹

Nesse sentido, podemos considerar que o conhecimento científico fornece para quem o domina a ideia de apropriação e experimentação do mundo como seu, embora as narrativas de dominação global tenham uma visão de mundo unilateral, que gera desequilíbrios no âmbito político, social e educacional. Sobre as desigualdades provocadas pelo colonialismo e a colonialidade do saber Lander (2005) discute o conceito de colonialidade do saber e afirma que:

A colonialidade do saber nos revela, ainda, que, para além do legado de desigualdade e injustiça sociais profundos do colonialismo e do imperialismo, já assinalados pela teoria da dependência e outras, há um legado epistemológico do eurocentrismo que nos impede de compreender o mundo a partir do próprio mundo em que vivemos e das epistemes que lhes são próprias. Como nos disse Walter Mignolo, o fato de os gregos terem inventado o pensamento filosófico, não quer dizer que tenham inventado O Pensamento. O pensamento está em todos os lugares onde os diferentes povos e suas culturas se desenvolveram e, assim, são múltiplas as epistemes com seus muitos mundos de vida. Há, assim, uma diversidade epistêmica que comporta todo o patrimônio da humanidade acerca da vida, das águas, da terra, do fogo, do ar, dos homens. (LANDER, 2005, p. 13).

Por isso a busca da epistemológica do Sul origina-se de um incômodo, uma inquietação diante de um conhecimento que é imposto, sendo o colonialismo a melhor expressão dessa forma de imposição. Segundo Lander (2005) a noção de organização e de ser da sociedade é alterada mediante o elemento colonizador do conhecimento, sendo imposta uma forma “normal” do ser humano e da sociedade. Assim, transforma-se as outras formas de ser, as outras

⁹ No original: La modernidad produce heridas coloniales, patriarcales (normas y jerarquías que regulen el género y la sexualidad) y racistas (normas y jerarquías que regulen la etnicidad), promueve el entretenimiento (banal) y narcotiza el pensamiento. Por ello, la tarea del hacer, pensar y estar siendo descolonial es la sanación de la herida y de la viciosa compulsión hacia el “querer tener” desprendernos de las normas y jerarquias modernas es el primer paso hacia el rehacernos. Aprender a desaprender para reaprender de otra manera, es lo que nos enseñó la filosofía Amawtay Wasi. (MIGNOLO, *et al*, 2014, p. 4).

formas de organização da sociedade, as outras formas de conhecimento em menos favorecidas, antiquadas, primitivas, tradicionais ou pré-modernas. Como se ocupassem uma posição desprivilegiada em relação ao desenvolvimento histórico e social, e da maneira como é apresentado esse fato tem caráter natural, sendo que é fruto da orquestração dos interesses colonizadores.

Existindo uma forma “natural” do ser da sociedade e do ser humano, as outras expressões culturais diferentes são vistas como essencial ou ontologicamente inferiores e, por isso, impossibilitadas de “se superarem” e de chegarem a ser modernas (devido principalmente à inferioridade racial). Os mais otimistas veem-nas demandando a ação civilizatória ou modernizadora por parte daqueles que são portadores de uma cultura superior para saírem de seu primitivismo ou atraso. Aniquilação ou civilização imposta definem, destarte, os únicos destinos possíveis para os outros. (LANDER, 2005, p. 13).

Considerando suas linhas gerais, Santos (2019) define que os principais conceitos-chave das epistemologias do Sul podem ser descritos como: (1) linha abissal; (2) exclusões abissais e não abissais; (3) sociologia das ausências; (4) sociologia das emergências; (5) ecologia dos saberes; (6) tradução intercultural e; (7) artesanania das práticas.

A partir da ideia de que o colonialismo não terminou, apenas sofreu transformações, o conceito de linha abissal, proposto por Santos (2013; 2019), busca mostrar que a realidade é construída com base na ideia de uma linha radical e invisível, que divide a sociedade em metropolitana e colonial. A linha abissal é a ideia central das epistemologias do Sul, pois marca a divisão radical entre formas de sociabilidade metropolitana e formas de sociabilidade colonial que caracterizou o mundo ocidental moderno desde o século XV. Essa divisão cria dois mundos de dominação, o metropolitano e o colonial, dois mundos que mesmo sendo gêmeos se apresentam como incomensuráveis. (SANTOS, 2019). Como resultado da presença da linha abissal surgem as exclusões abissais (as que acontecem do lado colonial da linha) e não abissais (as que acontecem do lado metropolitano da linha) coexistem nas sociedades pós-coloniais, no norte e no sul global. Perceber que existe essa linha abissal é o ponto essencial que move a teoria proposta pelo autor.

“A sociologia das ausências é a cartografia da linha abissal, uma vez que identifica as formas e os meios pelos quais a linha abissal produz a não-existência, a invisibilidade radical e a irrelevância”. (SANTOS, 2019, p. 49). É uma forma de pensar os conhecimentos ausentes, algo que não existe do lado da linha onde se situa o mundo nortecêntrico. Se traduz também em um modo de enxergar como o colonialismo operando nos campos do poder, do conhecimento e do ser e aliado ao capitalismo e patriarcado causam exclusões abissais, ou seja, invisibilizam os grupos sociais inferiores e resgatá-los. “A sociologia das ausências é uma sociologia transgressora numa acepção muito radical.” (SANTOS, 2019, p. 50). “A tarefa da sociologia

das ausências é produzir um diagnóstico radical sobre as relações capitalistas, coloniais e patriarcais.” (SANTOS, 2019, p. 54).

Na sociologia das emergências há uma ampliação simbólica dos saberes, práticas e agentes sociais de modo que se identifiquem com eles as tendências de futuro, assim ampliando também a ideia do que é o contemporâneo no qual estão inseridas outras possibilidades de modos de vida. Possibilidades de vida não aceitos no projeto civilizatório ocidental que são foco dos procedimentos pós-coloniais tendo como parte de suas bases “[...] as apropriações contra-hegemônicas e a descolonização potenciadora dos pluralismos [...]”. (SANTOS, 2019).

A sociologia das emergências implica a valorização simbólica, analítica e política de formas de ser e de saberes que a sociologia das ausências revela estarem presentes do outro lado da linha abissal. (...) Tornar possível a passagem da vitimização à resistência é, afinal, a tarefa política mais importante da sociologia das emergências: desnaturalizar e deslegitimar mecanismos específicos de opressão. A sociologia das emergências parte desse ponto e concentra-se em novas potencialidades e possibilidades para a transformação social anticapitalista, anticolonialista e antipatriarcal que surge no vasto domínio da experiência social antes descartada e agora recuperada. (SANTOS, 2019, p. 53).

Na busca em dar visibilidade aos outros conhecimentos existentes e em promover processos de descolonização e despatriarcalização as epistemologias do sul se constituem em uma perspectiva libertadora, que opera no auxílio à compreensão de nós próprios. Nesse sentido, a ecologia dos saberes aparece como uma alternativa epistemológica e política composta por sujeitos sociais individuais ou coletivos, é uma contra epistemologia que surge a partir de dois fatores: a) o surgimento de grupos sociais, povos e visões de mundo do outro lado da linha como força de resistência ao sistema hegemônico global, ou seja, existe um ou mais aspectos contra hegemônicos na globalização, b) uma proliferação de alternativas que, contudo, não podem ser agrupadas sob a alçada de uma única alternativa global. A ecologia dos saberes parte do princípio de que todos os conhecimentos possuem suas limitações, e são plurais e heterogêneos. Santos e Meneses (2013) destacam pontos nos quais a ecologia dos saberes está estruturada.

Ela se assenta em dois pressupostos: 1) Não há epistemologias neutras e as que reclamam sê-lo são as menos neutras; 2) a reflexão epistemológica deve incidir não nos conhecimentos em abstrato, mas nas práticas de conhecimento e seus impactos noutras práticas sociais. Quando falo de ecologia de saberes, entendo-a como ecologia de práticas de saberes (SANTOS, 2006, *apud* SANTOS; MENESES, 2013, p. 491).

Esse conjunto de saberes é fruto da diversidade própria do mundo oriundo da sua multiplicidade de vozes e do movimento da globalização quando elas são contra hegemônicas. Com isso, a ecologia dos saberes funciona como um instrumento-chave para a convivência do saber científico, indígena, camponês e dos grupos sociais que lutam contra a discriminação e as injustiças sociais promovidas pela racionalidade hegemônica ocidental.

O saber só existe como pluralidade de saberes tal como a ignorância só existe como pluralidade de ignorâncias. As possibilidades e os limites de compreensão e de ação de cada saber só podem ser conhecidos na medida em que cada saber se propuser uma comparação com outros saberes. Essa comparação é sempre uma versão contraída da realidade epistemológica do mundo, já que está é infinita. É, pois, uma comparação limitada, mas também é o modo de pressionar ao externo os limites e, de algum modo, de os ultrapassar ou deslocar. Nessa comparação consiste no que designo por ecologia dos saberes. (SANTOS *In*: SANTOS; MENESES, 2013, p. 543).

Como propõe Leff (2009) o saber social surge do diálogo de saberes, da diversidade cultural existente entre os povos, o que direciona o conhecimento para a formação de uma sustentabilidade compartilhada. De forma simultânea, requer a apropriação de conhecimentos e saberes dentro de distintas racionalidades culturais e identidades culturais. “O saber ambiental produz novas significações sociais, novas formas de subjetividade e posicionamentos políticos ante o mundo”. (LEFF, 2009, p. 19). Assim, o autor afirma que:

A construção do saber ambiental implica uma desconstrução do conhecimento disciplinar, simplificador, unitário. Trata-se de um debate permanente frente a categorias conceituais e formas de entendimento do mundo que tem consolidado formas de ser e conhecer modeladas por um pensamento unidimensional que tem reduzido a complexidade para ajustá-la a uma racionalidade da modernidade que remete a uma vontade de unidade, de eficácia, de homogeneidade e de globalização. É a negação das certezas insustentáveis e a aventura na construção de novos sentidos de ser. (LEFF, 2009, p. 22).

No amplo leque de perspectivas de conhecimentos buscamos refletir sobre a “[...] confluência e convivência de mundos de vida em permanente processo de diversificação e diferenciação [...]”. (LEFF, 2009, p. 22). Como exemplo de abertura da ecologia dos saberes (SANTOS, 2013) e diálogo dos saberes (LEFF, 2009), no ano de 2020, a leitura obrigatória para o vestibular da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), trazia as obras *Sobrevivendo no Inferno* do grupo Racionais MC’s, *A falência* de Júlia Lopes de Almeida, uma das idealizadoras da Academia Brasileira de Letras, não prestigiada como uma integrante na época porque foi tomada uma decisão de que a academia seria formada apenas por homens. E ainda a obra *Quarto de Despejo* de Carolina Maria de Jesus, negra, mulher e moradora da favela, essas referências estão lado a lado de outros nomes como Fernando Pessoa e José Saramago, o que promove uma ampliação e não na redução ou apagamento de conhecimentos.

A tradução intercultural outro conceito relevante na teoria é uma das ferramentas pós-abissal mais características da ecologia dos saberes, em conjunto com a artesanaria das práticas, está relacionada a organização do campo popular, com as organizações sociais, é através dela

que se desarma a exotização do que há de diferente no mundo. Embebidas em diferentes culturas ocidentais e não-ocidentais, estas experiências não só usam linguagens diferentes, mas também distintas categorias, diferentes universos simbólicos e aspirações a uma vida melhor. (SANTOS; MENESES, 2013, p. 55).

A descolonização do saber necessita de uma nova forma de fazer ciência, por meio de um paradigma emergente, uma ecologia dos saberes, que proporcione um diálogo sem predominâncias culturais e valorização das práticas locais. Assim, a construção e validação desses conhecimentos não separam os aspectos cognitivos dos aspectos políticos, e estas ocorrem no território das ações práticas, em que se medem as potencialidades, as possibilidades, os benefícios e os prejuízos.

Como afirma Leff (2009) ao propor que “[...] a complexidade ambiental se constrói e se aprende através de um processo dialógico de saberes, na hibridação da ciência, da tecnologia e dos saberes populares.” (LEFF, 2009, p. 23). Ao reconhecer os diversos significados culturais possíveis, não apenas como uma ética da outredade, mas como uma ontologia do ser, na sua pluralidade.

A complexidade ambiental auxilia um processo de construção de saberes a partir da diferença do ser. O ser, diverso por sua cultura, ressignifica seu saber para dar-lhe seu selo pessoal, para inscrever seu estilo cultural e reconfigurar identidades coletivas. A pedagogia prepara o encontro de seres diversos dialogando desde suas identidades diferenciadas. A complexidade ambiental se abre para um re-conhecimento do mundo desde a lei limite da natureza (entropia) e da lei limite da cultura (finitude da existência). (LEFF, 2009, p. 22-23).

A partir disso podemos perceber que a política dominante se torna epistemológica quando é capaz de defender ativamente que o único conhecimento válido possível é aquele que ratifica sua própria supremacia. O conhecimento não está separado das práticas sociais, há diferentes formas de conhecimento para diferentes práticas sociais, a escuta profunda não busca ouvir apenas, no entanto escutar para entender. E dessa maneira:

Abrir os espaços para um diálogo de seres e saberes em que nem tudo é cognoscível e pensável de antemão; aprender uma ética para que possa surgir um mundo onde convivam em harmonia a diversidade e as diferenças. Devemos aprender a dar lugar ao não-saber e à esperança, àquilo que se constrói no encontro com o outro, com o Outro, além da objetividade e dos interesses inscritos no projeto civilizatório que nos tem dado a modernidade. (LEFF, 2009, p. 23).

Quem apenas ouve pode cair na redução daquilo que ouve ao seu próprio paradigma, escutar é despojar-se de sua visão para abrir-se ao outro, isso leva a dimensionar o outro como sujeito de conhecimento. Por isso dialoga-se com as epistemologias do Sul, pois elas abrem o olhar desta pesquisa para a multiplicidade de conhecimentos do mundo, e ainda faz um convite

para um amplo conjunto de experiências permitindo diálogos possíveis entre os saberes ortodoxos e não ortodoxos. De acordo com Santos (2019):

No entanto o Sul anti-imperial, o Sul das epistemologias do Sul não é a imagem invertida do Norte das epistemologias do Norte. As epistemologias do Sul não têm como objetivo substituir as epistemologias do Norte nem colocar o Sul no lugar do Norte. O objetivo é ultrapassar a dicotomia hierárquica entre Norte e Sul. O Sul que se opõe ao Norte não é o sul constituído pelo Norte como vítima, e sim o Sul que se revolta a fim de ultrapassar o dualismo normativo vigente. A questão não consiste em apagar as diferenças entre norte e sul, e sim em apagar as hierarquias do poder que os habitam. As epistemologias do Sul afirmam e valorizam assim as diferenças que permanecem depois da eliminação das hierarquias de poder. O que pretendem é um cosmopolitanismo subalterno, da base para o topo. Em lugar da universalidade abstrata promovem a pluriversalidade. Trata-se de um tipo de pensamento que promove a descolonização potenciadora de pluralismo articulados e formas de hibridização libertas do impulso colonizador que no passado lhes presidiu, tais como a criouliização e mestiçagem. Tal libertação é possível por via da tradução intercultural nos termos das epistemologias do Sul. (SANTOS, 2019, p. 26).

A questão epistemológica que precisa ser refletida é, pois, a seguinte: pode a teoria da folkcomunicação, que se estrutura a partir e em função do conhecimento popular, ser considerada uma epistemologia do Sul? A resposta a esse questionamento aponta para uma abordagem da teoria brasileira ressaltando suas características pós-coloniais, pós-abissais e contra hegemônicas. Pois a teoria auxilia na compreensão das polarizações sociais e na expressão das diferenças e seu reconhecimento como saber popular válido. A recusa ao nortecêntrismo integra um movimento acadêmico e social em prol da dignidade humana e dos direitos dos (as) cidadãos (as). Sobre a discussão Paiva (2019) destaca:

Diante dessa associação, a teoria da folkcomunicação é direcionada aos processos comunicacionais das classes populares e detém visibilidade enquanto teoria marginalizada. A comunicação não pode ser a única, não pode ser anuladora; as Epistemologias do Sul vêm tornar visível a produção da ciência e a justificativa dos novos saberes como interpretação da realidade social. (PAIVA, 2019, p. 76).

A teoria da folkcomunicação, por excelência, é traduzida nos processos comunicacionais das classes subalternas, tendo como característica os aspectos plurais do campo onde são produzidos. Nesse viés, da comunicação multifacetada e tradutora de saberes a teoria encontra respaldo para além da visão científica nas epistemologias do Sul, que dão aporte para a visibilidade da comunicação cultural proveniente dos agentes folkcomunicacionais.

Por meio da observação desse sistema de comunicação cultural e com base nas correntes teóricas adotadas os processos folkcomunicativos são validados ao se focar nas manifestações populares atuando como recodificadores das mensagens midiáticas. Sendo assim, em nossa investigação pretendemos dar o direcionamento analítico para as práticas

comunicacionais presentes no espaço da feira livre, de forma específica, na Feira Central de Campina Grande (PB).

3 O SURGIMENTO DAS FEIRAS LIVRES: UMA ABORDAGEM SÓCIOHISTÓRICA

Neste capítulo situamos o contexto histórico e social imbricado no processo de surgimento das feiras livres no contexto mundial e brasileiro e a caracterização da Feira Central de Campina Grande (PB). Destacamos no aporte teórico adotado as pesquisas mais significativas a respeito da compreensão dos feirantes e das feirantes como atores sociais nas feiras livres na busca da representação social camponesa (RESENDE, 2020), as tessituras do fazer a feira como maneira de transitar entre modos de vida (DETONI, 2020). Além disso, consideramos para as reflexões as interações comunicacionais dos feirantes a partir da percepção dos fregueses (BRANDÃO, 2017) e os processos cotidianos que organizam o trabalho dos feirantes e das feirantes (SATO, 2012).

Com relação ao fenômeno pesquisado evidenciamos pesquisas acadêmicas a respeito da Feira Central de Campina Grande (ARAÚJO, 2011; FREIRE, 2019; SILVA, 2020), estas investigações indicam reflexões pertinentes sobre o fenômeno nas áreas da história e das ciências sociais. Neste sentido, é preciso problematizar a feira no campo da comunicação utilizando as correntes teóricas adotadas nesta dissertação. Portanto, as pesquisas colaboram na caracterização da feira pesquisada fornecendo subsídios teóricos para pensarmos a feira como local onde predomina o modelo folkcomunicacional como campo social híbrido (TRIGUEIRO, 2013) e avançarmos em nossos objetivos de pesquisa com vistas a responder à pergunta norteadora deste trabalho.

3.1 A ORIGEM DAS FEIRAS LIVRES

Segundo o Dicionário Digital Caldas Aulete a definição da palavra feira corresponde ao agrupamento de barracas de mercadorias e hortaliças, frutas e outros gêneros, em dia de semana e em locais fixos, é também definida como lugar ao ar livre onde são expostas mercadorias para venda. A palavra feira vem do latim *feria* e significa dia de descanso, na Alta Idade Média, por influência da igreja católica, os nomes dos dias da semana, com exceção de sábado e domingo, eram designados em latim da seguinte forma: *secunda feria*, *tertia feria* e assim por diante.

Em sentido litúrgico, o latim *feria* corresponde a dia de festa, dia de repouso, dia de feriado, porém, como nesses dias era de costume os mercadores levarem suas mercadorias para as praças e mostravam aos frequentadores das festividades religiosas o hábito de troca de mercadoria foi sendo formado ao longo do tempo. Assim, foi perdida a noção original de dia de repouso, devido ao predomínio das feiras comerciais sobre às férias litúrgicas.

A origem das feiras ainda é um dado incerto, é o que se conclui nas pesquisas e estudos que se debruçam sobre o fenômeno. Contudo podemos colocar que o surgimento das cidades,

período entre 3.500 e 3.000 a. C., está ligado intrinsecamente às feiras, que configurou a gênese de uma nova aglutinação de seres sociais a partir de práticas comerciais. (BRANDÃO, 2017). Com a revolução do comércio, conhecida como renascimento comercial, ocorrida no século XI e XII o seu papel se torna verdadeiramente importante, a partir disso as feiras assumem uma posição de crescimento vertiginoso até o século XIII. Ainda dentro dessa discussão sobre o surgimento da feira livre Sato (2012) destaca:

Seu auge foi experimentado na Europa por volta dos séculos XI e XII. As feiras tinham larga abrangência, diferentemente dos mercados locais. Eram abertas a mercadores profissionais, abrigando o maior número possível de pessoas e de tipos de artigos, independentemente dos interesses e das necessidades locais. Mercadores deslocavam-se de regiões distantes para esses eventos. Sua amplitude e importância para a vida econômica nesse período devem-se por serem, além de espaços públicos de compra e venda, o embrião das casas de compensação monetária. A feira de Champagne atraía mercadores de toda a Europa para a vida econômica da Europa Ocidental, as feiras reavivaram o comércio, destacando-se as regiões do mar Mediterrâneo, do mar Báltico e do mar do Norte. (PIRENE, 1936 In SATO, 2012, p. 91).

Do ponto de vista histórico, as feiras livres se oficializaram no período da Idade Média, no entanto, a sua popularização entre as diferentes classes sociais ocorreu com a Revolução Comercial no século XVI, porque a partir desse acontecimento, novas maneiras de produzir e comercializar foram difundidas pela Europa. Podemos destacar um fato propulsor da popularização das feiras livres: a intensificação da utilização de moedas, o que permitiu a realização de trocas de mercadorias com maior equivalência. (RESENDE, 2020). Nas palavras de Zanini e Santos (2017) o surgimento das feiras livres está ligado ao processo de evolução do sistema capitalista:

O Renascimento Mercantil vai provocar o surgimento das feiras. Algumas, como a de Saint-Denis, organizada no século VII, surgem junto às abadias. Várias cidades europeias surgem justamente nos locais em que se realizavam as feiras, e essas são fundamentais para o ressurgimento das cidades e o desenvolvimento do capitalismo. São elas que dinamizam e promovem trocas nos locais em que se processam. (ZANINI; SANTOS, 2017, p. 7).

Na linha histórica da origem das feiras, há registros bíblicos que descrevem atividades mercantis no livro de João 2: 13-17:

Quando já esperava a Páscoa judaica Jesus, subiu a Jerusalém. No pátio do templo viu alguns vendendo bois, ovelhas e pombas, e outros assentados diante de mesas, trocando dinheiro. Então ele fez um chicote de cordas e expulsou todos do templo, bem como as ovelhas e os bois; espalhou as moedas dos cambistas e virou as mesas. “Tirem essas coisas daqui! Parem de fazer da casa do meu Pai um mercado!”. (JOÃO, 2: 13-17).

No período da Idade Média, as feiras apareciam como eventos comerciais e festivos acompanhando o calendário de festas da igreja católica e os ciclos de plantação da agricultura. Os comerciantes vendiam o excedente de produtos próximos às igrejas e se beneficiavam devido ao fluxo de pessoas no local. Como Brandão (2017) descreve durante a Idade Média

esses cenários figuraram como essenciais para a evolução das cidades, uma vez que as trocas no comércio feitas pelos camponeses nas ruas permitiam o escoamento da produção excedente, ao longo do tempo as relações passaram de trocas para vendas gerando capital monetário. Nesse período histórico desenvolveram-se em grande número feiras por toda a Europa, por esse motivo as feiras “[...] possuem grande importância histórica por serem a materialização da passagem do feudalismo para o mercantilismo”. (MADEIRA; VELOSO, 2007, p. 17).

A origem de diversas cidades europeias está relacionada à presença das feiras, muitas delas tendo ganhado certa visibilidade por conta desta prática, por um lado ocorriam as feiras de luxo em Veneza, Gênova e Pisa onde se podiam encontrar mercadorias como sedas, pedras preciosas, tapetes, especiarias e produtos artesanais. Por outro lado, também se encontravam feiras de caráter popular onde se praticavam as trocas com produtos originados da produção agrícola excedente. (MADEIRA; VELOSO, 2007).

Desta forma, as feiras livres permanecem na vida social ao longo de décadas e séculos, alterando-se de acordo com as necessidades do momento histórico e continuando como uma atividade central na distribuição de alimentos, além de impactar de forma significativa o local onde estão situadas. Essa permanência ocorre em razão do caráter dinâmico e vivo das feiras, estruturas mutáveis e com a capacidade de acompanhar os desafios sociais aos quais são expostas. As feiras também são ricas em diversidade e identidade local, demonstrando sua natureza democrática, pois sujeitos sociais de diversas classes participam na feira. (RESENDE, 2020).

Conforme afirma Brandão (2017) as feiras livres desde sempre dispõem de uma relevância social considerável, por conta de sua função econômica que propicia o comércio de produtos diversificados entre públicos de localidades distintas. No entanto, as feiras livres ultrapassam o caráter comercial, e passam a constituir um cenário social de preservação da cultura popular. Esse movimento é possibilitado por meio de relações econômicas e interações sociais entre sujeitos envolvidos em um processo comunicativo, que permeia elementos como a cultura, a memória, o trabalho e a identidade, que somados representam a vida e história de um povo.

De acordo com Detoni (2020) as feiras se configuram enquanto territórios pensados de início pelos setores hegemônicos para a realização da troca produtos, desempenhando uma função de comércio e escoamento da produção, mas que, por reunir vários grupos sociais em suas distintas práticas, resultaram em espaços de encontros e de resistências. Uma forma de relação movida por regras tácitas que se forjava alternativa ao projeto dominante de assepsia e embranquecimento, assentado no modelo desenvolvimentista de pensar a vida, uma rede de

vínculos que se desenvolveu de forma marginal nos territórios dominantes, como uma luta criativa contra a norma.

Para pensar a posição da feira livre dentro do comércio e do espaço urbano podemos buscar referências na teoria dos dois circuitos da economia urbana proposta pelo geógrafo Milton Santos, na década de 1970 do século XX, que estuda a urbanização e a organização do espaço geográfico urbano e regional nos países subdesenvolvidos.

A feira livre é uma das atividades econômicas que pertence ao circuito inferior da economia urbana, este circuito segundo Santos (2008) é formado por atividades de pequeno porte e estão voltadas para às populações subalternas, tendo relações de enraizamento bem estabelecidas e privilegiadas com sua região. No que o autor define como circuito superior se define como aquele que se originou do processo de modernização tecnológica, tendo como elementos mais representativos os monopólios. As suas relações são realizadas principalmente fora da cidade e da região, ou seja, mantém relações econômicas com o país e com o exterior. De forma simplificada Santos (2008) apresenta os dois conceitos como:

o circuito superior constituído pelos bancos, comércio e indústria exportação, indústria urbana moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores. O circuito inferior é constituído essencialmente por formas de fabricação não- “capital intensivo”, pelos serviços não modernos fornecidos “a varejo” e pelo comércio não-moderno e de pequena dimensão. (SANTOS, 2008, p. 40).

Conforme afirma Sato (2012) um dos aspectos importantes das atividades alocadas no circuito inferior diz respeito ao fato de que elas, diferentemente das alocadas no circuito superior garantem a sobrevivência (e não acumulação de capital) dos que nelas trabalham. Essa é a única singularidade importante a ser considerada para o estudo do trabalho e da organização da feira livre.

A feira livre ainda vive mesmo com a intensificação de fatores como o comércio moderno, a expansão de redes de supermercados, *shoppings centers*, o mercado vertiginoso de compras e vendas *online*, elementos que compõem o circuito superior da economia urbana. Embora o crescimento da economia mundial siga tendências comerciais em níveis especializados, esse fato não eliminou a prática das feiras livres, que continuam atuantes no cenário econômico, sendo parte importante no abastecimento das cidades na categoria de circuito inferior da economia.

No cenário urbano, as feiras livres vêm resistindo e adaptando-se aos projetos de modernização e higienização dos centros públicos, locais onde acontecem as atividades desse comércio periódico. Notamos a permanência dos saberes ancestrais e as manifestações da

cultura popular ambos conectados ao universo festivo da feira, o que denota características imateriais que ultrapassam às questões econômicas. Segundo Detoni (2020):

Trata-se não apenas de garantir uma forma de geração de emprego e renda, ou de oferecer aos povos da cidade uma alternativa a mais para aquisição de produtos alimentícios. Trata-se de preservar a rua como lugar de encontro, de fazer ecoar saberes ancestrais, de preservar uma tradição popular que remete à própria história do início de muitas cidades. Trata-se de afirmar os elementos não humanos no tecido urbano, costurando um sentido de complementariedade com o mundo que nos cerca. (DETONI, 2020, p. 88).

Ainda sobre essa reflexão das feiras como local de conhecimentos e práticas ancestrais Madeira e Veloso (2007) comentam que:

A feira sempre representou um espaço propício à manutenção de práticas e de manutenção de conhecimento e técnicas tradicionais. Ali se concentram saberes sobre ervas, raízes e sementes, e suas propriedades curativas, o que, por si só, constitui um acervo riquíssimo de culturas ancestrais, indígenas e africanas. Constata-se aí o quanto ainda é vivo o uso de plantas medicinais nas práticas populares de cura, evidenciando um conhecimento cuja eficácia e resultados concretos são comprovados, muitas vezes, de forma imediata. Arnica para contusões, plantas amargas para a digestão, carobina para males da pele e alergias. Embora finito, é imenso o conhecimento compartilhado sobre tratamentos alternativos de doenças que afligem a população. (MADEIRA; VELOSO, 2007, p. 11).

Podemos classificar a feira livre como o império do diverso em que vemos um lugar de trabalho, lazer, de festas e celebrações, tanto cotidianas como ocasionais, com semelhança aos ambientes das praças públicas, locais de manifestações afetivas, emotivas e de trocas. (MADEIRA; VELOSO, 2007).

Diante da reflexão das primeiras referências das feiras livres na passagem do feudalismo para o mercantilismo até as feiras da atualidade, passamos a discutir o surgimento das feiras livres no âmbito brasileiro e por consequência no nordestino, já que é o contexto no qual se insere a nossa pesquisa. No tópico a seguir buscamos atender a essa demanda teórica e entendemos como parte preponderante que sucede a linha de pensamento desenvolvida neste capítulo.

3.1.1 As origens das feiras livres no Brasil

Historicamente, as feiras livres no Brasil tiveram origem afro-ibérica, possível pela fusão de práticas portuguesas e africanas no período compreendido como colonização (ALMEIDA; 2009, MATOS, 2005 apud DETONI, 2020) e resistira no decorrer dos anos às modificações nas formas de comércio. Os primeiros registros das feiras no Brasil datam do ano 1548, quando o Rei D. João III para evitar que os colonos se dirigissem às aldeias, ordenou que se fizesse um dia de feira para que os gentios viessem à cidade comerciar seus produtos e comprar o que necessitavam. (MOTT, 1875 apud TREVISAN 2008).

As duas matrizes africana e ibérica são consideradas como a gênese deste processo no Brasil, sendo a matriz africana advinda da forma de comércio colonial estabelecida pelas populares quitandas, mercados em locais preestabelecidos que funcionavam ao ar livre. Nas quitandas brasileiras, mulheres afrodescendentes que foram escravizadas negociavam produtos da lavoura, da pesca e mercadorias produzidas na casa dos colonizadores. Do outro lado, a matriz ibérica resultava de uma grande variedade de produtos que chegavam de navio para serem comercializados informalmente em pontos específicos das cidades portuárias, por exemplo, na Praça XV, no Rio de Janeiro. (MATOS, 2005, *apud* DETONI, 2020).

É importante ressaltar a influência na formação das feiras brasileiras não apenas dos colonizadores, mas também das origens africanas que estavam presentes durante o início dessa atividade comercial da época. Os elementos originados de África, trazidos com os seres humanos escravizados, representaram forte atuação no estabelecimento e na permanência da feira na paisagem das cidades brasileiras. As quitandas lideradas por mulheres negras cumpriam esta dupla função comercial e de troca de saberes, revelando duplas buscas por alimento e afeto. (DETONI, 2020).

Disso resulta uma noção de que as bases comerciais no Brasil não se originaram a partir de uma matriz europeia apenas, outras influências devem ser destacadas a fim de ampliar o olhar sob os fatos históricos preponderantes para o entendimento do surgimento das feiras livres brasileiras. Um elemento interessante que pode ser considerado é o comércio intertribal existente antes mesmo da colonização dos portugueses. Sobre essa atividade comercial Porro (1984) comenta que:

O comércio intertribal é um dos aspectos menos conhecidos das sociedades indígenas do Brasil anteriores à influência e ao domínio ocidental. É possível que isso seja resultado do papel secundário do comércio na economia de muitas tribos, fazendo com que as atividades que lhe são ligadas, se existissem escapassem à observação dos primeiros cronistas. (PORRO, 1984, p. 1).

As referências históricas são escassas sobre as sociedades indígenas em que o comércio intertribal se apresentava como atividade econômica sistemática, aquelas que estão documentadas são provenientes da Amazônia. A maioria dos cronistas do XVI e XVII deixaram depoimentos sobre o tema, embora no geral superficiais. (PORRO, 1984). Esse fato revela práticas de escambo entre tribos indígenas no Brasil pré-existentes a colonização, ou seja, mesmo que de forma incipiente os nativos que habitavam nossa região já realizavam experiências de trocas. Sendo assim, podemos dizer que há também uma matriz indígena na formação das feiras livres brasileiras como espaços capazes de reunir significados e valores compartilhados em uma esfera social.

No Nordeste brasileiro, o hábito de fazer feiras livres desenvolveu-se com mais intensidade nas cidades que funcionavam como intermédio entre as regiões do sertão e da zona da mata, respectivamente áreas de produção de gado e de mercado consumidor, tendo sua realização agregada às tradicionais feiras de gado. No cotidiano das cidades, sejam as de grande ou pequeno porte, é muito comum as feiras serem realizadas uma ou mais vezes por semana, em locais predeterminados sendo configuradas como mercados periódicos. Com destaque podemos citar feiras tradicionais como: a Feira Central de Campina Grande (PB), a Feira de Caruaru (PE) e a Feira de São Joaquim em Salvador (BA). Na figura 1 a seguir podemos ver uma das feiras livres nordestinas na década de 60 do século XX.

Figura 02 – Feira semanal em Feira de Santana na Bahia (196-)



Fonte: IBGE Cidades, (196-).

Ainda sobre essa discussão Brandão (2017) afirma que na região Nordeste brasileira as dificuldades de locomoção existiam e mesmo assim, os comerciantes rurais se deslocavam para as cidades para negociarem seus produtos, que podiam ser frutas, legumes, tecidos, roupas ou até produtos industrializados. Esse deslocamento é realizado na maior parte das vezes de pau de arara, ou a depender da distância e da quantidade de mercadorias é feito em animais de carga com o auxílio de cestos para o transporte dos produtos.

Podemos observar que o funcionamento desse comércio atua no país como elemento essencial na economia da agricultura familiar, além disso a feira livre ainda é caracterizada por práticas de produção, comercialização e consumos coletivos, isso gera uma gama de relações

de sociabilidade e afetividade em seu interior. Nas palavras de Detoni (2020) sobre a função desse comércio na economia, a autora afirma:

As feiras livres desempenham um papel importante no abastecimento urbano e rural, na medida em que também ofertam aos agricultores a possibilidade de vender o que excede em sua produção e ainda adquirir mercadorias que não produzem, desde ferramentas, alimentos, roupas e utensílios domésticos. É nesse espaço que ainda se atualizam as relações entre a cidade e a terra, a partir dos modos de produção impostos. Mesmo com todo o apelo à assepsia e ao apagamento de histórias das prateleiras de supermercados, as feiras continuam nos contando que os alimentos possuem trajetória, são ativos e que são envolvidos diversos elementos humanos e não humanos para que o produto chegue até as mãos dos compradores finais. (DETONI, 2020, p. 89).

O ambiente das feiras livres ou mercados populares brasileiros representam locais onde participantes de várias classes sociais se encontram e possuem o intuito de proporcionar o abastecimento suplementar de produtos hortifrutigranjeiros, cereais, doces, laticínios, pescados, animais vivos de pequeno porte. E ainda na descrição dos produtos oferecidos se destacam: flores, plantas ornamentais, produtos de artesanato, lanches, ervas, temperos, confecções, tecidos, armarinhos de aviamentos, calçados, bolsas, bijuterias, artigos religiosos, ferramentas, eletrônicos, utensílios domésticos entre muitos outros.

Assim, as feiras se tornam uma das principais fonte de abastecimento da população, sendo um canal para o escoamento da produção agrícola, bem como de produtos dos setores de artesanato, gastronômico, veterinário, vestuário, suprimentos para animais, etc. Podemos considerar essa forma de comercialização aberta das feiras livres pode ser considerada primeira instância como base do sustento para a população de baixa renda urbana e rural.

Observamos que as feiras livres são comércios simples e dispõem de estrutura organizada de forma básica, muito provavelmente por sua característica de mobilidade, no entanto, a atividade requer muita resistência e robustez dos trabalhadores. Esse fato ocorre porque as feirantes e os feirantes têm um papel primordial nesse cenário, por meio delas e delas a feira é materializada, a partir da atividade laboral destas e destes é que a produção e comercialização é possibilitada. (RESENDE, 2020). A respeito do trabalho das feirantes e dos feirantes, Sato (2012) comenta:

Diversas pessoas fazem a feira. Fazer implica em participar e interferir nos processos que a organizam. Para os feirantes ela é, sobretudo, contexto de trabalho. Uma disciplina deve ser seguida, mesmo considerando-se que a disciplina fabril, tão rigidamente prescritora aqui encontre maior permeabilidade ao divertimento, à brincadeira, ao chiste. Aventuras são relatadas, mas a distração tem hora. Ao contrário, a dureza do trabalho e as exigências de eficiência, eficácia e produtividade norteiam suas intenções em todos os momentos da feira livre. O trabalho dos feirantes, em seu conjunto é em si mesmo, a síntese do mundo ritual que convida a todos os que fazem a feira livre a integrar-se nele. (SATO, 2012, p. 112).

Percebemos nesse ambiente de pesquisa uma diversidade de dimensões: econômica, arquitetônica, sociológica, antropológica e comunicacional, o adjetivo livre “[...] parece abrir uma amplitude ilimitada de interpretações sobre os seus usos”. (SATO, 2012, p. 99). Dessa maneira, a população frequentadora se reúne nas feiras com objetivos variados: comprar, vender, trabalhar, festejar, passear, se comunicar, rever e fazer amizades e até manifestar resistência política a transformações culturais e econômicas. Nas palavras de Sato (2012) a respeito da expressividade que se encontra nesse ambiente a autora comenta que:

A feira livre emana muitos cheiros, cores e sons. Os diversos temperos, os pescados, as frutas, as flores estimulam nossos sentidos quando para ela estamos a caminho. Os sons a depender do horário já anunciam as boas oportunidades de compra. Visualmente somos fisgados pela diversidade de cores, formas e texturas e somos chamados a interagir continuamente com os feirantes. (SATO, 2012, p. 25).

Pretendemos olhar para a feira livre, destacando seu caráter multifacetado e de forma específica suas características folkcomunicacionais, partindo da ideia de reunião periódica de pessoas que interagem constantemente e a partir disso constroem uma comunicação presencial no mesmo ambiente físico e simbólico. No pensamento de Silva e Cardial (2011):

A feira urbana emergir-se-á de um sistema semiótico dinâmico, que se elabora de modo tático – e burlesco, ao fazer uso da paródia – aos sistemas comunicacionais estabelecidos. Em outras palavras, afirma-se que no espaço da feira reproduzem-se práticas comunicativas alternativas, subalternas e contra-hegemônicas, que resistem taticamente às lógicas majoritárias dos grandes conglomerados midiáticos. (SILVA; CARDIAL, 2011, p. 2).

Nos colocamos a refletir sobre caminhos que privilegiem o objeto da feira livre de uma perspectiva comunicacional, isto é, pensar as questões que o formatam também como relevante nas pesquisas em comunicação, além disso, procuramos aportes teórico-metodológicos que possam subsidiar o olhar comprometido com as múltiplas questões desse objeto. Dessa forma, observar as práticas culturais no universo da feira livre, de maneira consistente e profícua para a produção de sentidos direcionado à circulação e apropriação, é indicado como recurso essencial à compreensão das interações na feira livre sob um prisma que evidencie a complexa composição existente. (MARCELINO, 2018).

A feira livre significa para seus frequentadores um espaço onde estes encontram relações de consumo público, a atração dos menores preços, produtos mais sustentáveis e um espaço de comunicação aberta. Elas surgem dentro do âmbito urbano e relacionam todos os atores sociais que compõem o cenário das cidades, sendo assim a feira articula práticas culturais, sociais, econômicas, identitárias e sobretudo se expressa com um caráter festivo significativo tornando-se palco para o ato celebrativo das mediações locais. Compreendemos que, na perspectiva da feira urbana como celebração (MARTÍN-BARBERO, 1997) o fenômeno resulta de um processo aos quais estão envolvidas várias dinâmicas do campo social e cultural.

A celebração passa fundamentalmente por aqueles jogos que representam o que é próprio do local: brigas de galos, fogos de artifício etc., e por aqueles que são diferentes dos tradicionais — como a casa mal-assombrada ou a mulher-lagarto — ou modernos — como as últimas atrações em termos de jogos mecânicos ou as estrelas da canção que representam, de algum modo, o popular. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 314).

Um dos nossos interesses de pesquisa principais reside nesse sistema simbólico de trocas entre feirantes e freguesia, o pesquisador Jorge González em entrevista para a *Revista Matrices* (2011) comenta sobre sua pesquisa durante quatro anos as feiras urbanas no México, que na sua observação participativa na feira ele passou a administrar uma banca de livros na feira. Contudo, o pesquisador relata que na primeira semana tendo adotado uma estética sobrea para sua barraca vendeu apenas cinco livros, observando os modos de agir dos feirantes ele resolveu empregar mudanças na banca e constatou que:

Depois de uma semana, mudei tudo no meu *stand*. Imitai as barracas que vendiam frutas. Coloquei um monte de frutas, maçãs, bananas, caju, porque feira é representação de abundância. E fiquei estudando a maneira como os vendedores falavam, chamavam as pessoas. Como tenho bom ouvido musical, aprendi, unifiquei preços, e assim vendi 900 livros na segunda semana. Já contei essa história algumas vezes, mas ainda não escrevi sobre isso. Foi uma maneira de analisar empiricamente a pertinência de conceito como *habitus*, como a capacidade de reconhecer formas estéticas: sinto ou não sinto com elas? Lotman diz que o texto constrói o público, a forma simbólica constrói o público, chama o público. (GONZÁLEZ, 2011, p. 161).

Como podemos perceber a interação comunicacional pode ser considerada um processo relacional entre indivíduos que envolve troca de informações através de um sistema simbólico. Na feira livre estão envolvidos no processo os feirantes, fregueses e uma infinidade de maneiras de se comunicar: gestos, gritos, bordões, conversas face a face, anúncios, tonalidade vibrante dos produtos, cartazes promocionais, degustação, arrumação das barracas e cestos, tornando-se um ambiente irrequieto e rico de aprendizado. (BRANDÃO, 2017). É importante olhar para o fenômeno cultural e comunicativo da feira como parte de um processo simbólico, que não se pode limitar ou reduzir, dessa forma, prioriza-se a compreensão múltipla dele para a construção relacional dos elementos e atores constitutivos da feira livre.

3.2 BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE A FEIRA CENTRAL DE CAMPINA GRANDE (PB)

A cidade de Campina Grande fica localizada no estado da Paraíba, a 120 quilômetros da capital do estado João Pessoa, mais especificamente no Planalto da Borborema, região de transição entre a zona da mata e o sertão. A fundação da cidade é datada do final do século XVII, sendo em 1790 transformada do pequeno vilarejo e em 11 de outubro 1864 estabeleceu-se como cidade. O local funcionava como entreposto dos tropeiros e viajantes que se

deslocavam do sertão ao litoral do estado, como também aos que viajavam em direção ao Rio São Francisco.

Nas décadas de 30 e 40 do século XX, o Brasil passou por transformações devido a influência do urbanismo sanitista, que tem sua origem atrelada ao movimento higienista¹⁰ do século XIX. Na Rainha da Borborema, nome popular de Campina Grande, essas transformações também foram operacionalizadas pelo poder público, nessa época a feira livre, o comércio do algodão e o sistema ferroviário se apresentavam como os principais motores do setor econômico do município.

O município, de acordo com dados do IBGE Cidades do censo de 2010, conta com uma população estimada em 2020 de 411.807 (quatrocentos e onze mil e oitocentos e sete) habitantes¹¹ e uma área territorial de 591. 658 km (quinhentos e noventa e um mil seiscentos e cinquenta e oito quilômetros quadrados) e possui o segundo maior Produto Interno Bruto (PIB) do estado. O município faz parte da Mesorregião do Agreste Paraibano, conta com uma extensão territorial 591. 658 km², e está inserida dentro do Bioma da Caatinga¹².

De acordo com a Lei Complementar Nº 92 de 11 de dezembro de 2009, a região metropolitana da cidade é formada por região por 23 municípios: Lagoa Seca, Alagoa Nova, Massaranduba, Boqueirão, Queimadas, Esperança, Barra de Santana, Caturité, Boa Vista, Areial, Montadas, Puxinanã, São Sebastião de Lagoa de Roça, Fagundes, Gado Bravo, Aroeiras, Itatuba, Ingá, Riachão do Bacamarte, Serra Redonda, Matinhas e Pocinhos.

Ao longo da história da cidade, a feira foi palco de momentos históricos como em 1974 quando ocorreu a Revolta do Quebra-Quilos, movimento popular iniciado na Paraíba, que era contrário ao novo sistema de medidas e pesos do modelo econômico francês introduzido no Brasil Colônia, por meio da Lei Imperial nº 1157 de 1862. Uma quantidade significativa de feirantes liderados por João Cargas D'água se revoltaram contra o novo sistema e como protesto o grupo caminhou até o Açude Velho onde se estendia a feira quebrando os novos utensílios e jogando os pesos na água. O movimento expandiu-se aos municípios vizinhos de Cabaceiras, Pilar, Areia, Alagoa Grande, Alagoa Nova, Bananeiras, Guarabira, São João do Cariri e outros lugares onde se realizavam as feiras. (IPHAN, 2017).

¹⁰ Doutrina que surgiu no início do século XIX e baseava-se na ideia de manutenção de condições de saúde da população que na época superlotavam as cidades, principalmente a população pobre.

¹¹ População estimada para o ano de 2020. Fonte: IBGE Cidades. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pb/campina-grande.html>. Acesso em: 14 jun. 2020.

¹² A Caatinga é o único bioma totalmente brasileiro e um dos mais povoados, são mais de 20 milhões de brasileiros vivendo nos 850 mil km², que representam cerca de 11% do território brasileiro, abrangendo todos os estados do Nordeste e do Norte de Minas Gerais. O termo Caatinga que significa mata branca em tupi-guarani, na época da seca na maioria da vegetação ocorre a queda das folhas, os troncos se tornam esbranquiçados e brilhantes e dominam a paisagem, assim explica-se a origem do nome.

A Feira Central representa uma fonte inesgotável para estudos sobre o ambiente público, que no primeiro momento demonstra caos, desvelando uma ordem construída de forma contínua pela atividade humana que traz consigo séculos de tradição, resgatando assim a fundação da cidade como entreposto do comércio no século XVII (PONTES, *et al*, 2019). O Dossiê de Registro da Feira de Campina Grande do Iphan (2017) traz informações sobre a ligação da cidade e da feira:

A formação e transformação da cidade de Campina Grande estão intimamente imbricados com o seu mercado central, um dos muitos nomes populares da feira de Campina Grande. No final do século XVIII, ainda sob o título de Vila Nova da Rainha, as relações comerciais desencadeadas pela feira levaram a nascente urbe a se tornar um centro mercadológico que impulsionou a economia regional, a qual, associada à cultura algodoeira, acabou dinamizando a economia campinense favorecendo o desenvolvimento local. (IPHAN, 2017, p. 30).

Como aponta Freire (2019) desde o surgimento a Feira Central possui uma força motriz na história de Campina Grande, por dispor de um caráter aglutinador de múltiplos personagens e vivências, que estão em uma confluência de contrários, o tradicional modo de vida do homem rural e a vida urbana moderna. A feira está inscrita na história da cidade de forma social, cultural e econômica. Assim sendo a multiplicidade de elementos presentes na feira livre estudada compõe esse espetáculo a céu aberto movimentado pelo fluxo dos processos coletivos e das forças humanas envolvidas na constituição desse evento cultural.

Como afirma Araújo (2020) a Feira Central possui uma multiplicidade de elementos materiais e imateriais:

Além dos ofícios e modos de fazer, brinquedos de flandres; artesanato de madeira; cestaria de cipó; cocheo com pneus velhos, confecção de selas e arreios para cavalos; gastronomia nordestina, remédios naturais, como os lambedores e as ervas, mas também, buchada de bode, doces caseiros, quebra-queixo, batata, bolo engorda marido, gelada com pão doce e debulha de feijão verde. Encontram-se também, expressões culturais, como o cordel, o repente das cantorias de violas, as emboladas de coco, e vocabulário de “mei de feira”. Formas de falar que fazem parte do cotidiano dos que nela convivem. Constatam-se as edificações com valores históricos e arquitetônicos os famosos prédios Cassino Eldorado e Pau do Meio e os de valores social e cultural bares e barbearias remanescentes do antigo “péla porco”. (ARAÚJO, 2020, s/p).

Como a autora destaca a Feira Central possui uma multiplicidade de elementos que a categorizam como complexo cultural urbano e popular, nesse cenário locais se destacam como o “péla porco” expressão que designavam as antigas barbearias de barracas improvisadas e serviços baratos, que funcionavam na feira próximas à Avenida Canal. Com o passar dos anos os barbeiros populares desapareceram, contudo deixaram de herança dos serviços de barbearia e salões de cabeleireiro, que existem atualmente no local.

Como lugar de lazer e prazer, a feira tem um lugar para a chamada zona de meretrício, que compreende as adjacências da rua Manoel Pereira de Araújo. Essa zona funcionou em princípio na rua popularmente chamada de “rói coro” (antiga rua 4 de Outubro e atual rua Major Manoel Jovino do Ó). Na década de 1930 do século XX com as reformas urbanísticas, no centro da cidade, promovidas pelo prefeito Verginiaud Wanderley, a zona de meretrício foi se transferindo para as proximidades da feira. Na rua Manoel Pereira de Araújo ou rua boa funcionavam os cabarés de Sindá, Canarinho e o famoso Casino Eldorado¹³, tombado em nível estadual pelo Iphaep, este último conhecido pelas festas luxuosas, regadas a bebida e música, frequentadas por mulheres lindíssimas conhecidas como as “damas do Eldorado”. (IPHAN, 2017). A figura 2 a seguir é um registro histórico no qual podemos observar o trabalho dos antigos barbeiros populares que trabalhavam na feira.

Figura 03 - Antigo “péla porco” na Feira Central de Campina Grande (PB)



Fonte: Roberto Coura (1978).

Dentro das referências da cultura popular presentes no universo da feira a literatura de cordel e os cantadores de viola apresentam-se como divulgadores das manifestações populares. Do ponto de vista histórico um fato relevante no espaço da feira é que entre os anos de 1950 e 1960 funcionou a Tipografia de Cordel *A estrela da poesia* do poeta Manoel Camilo dos

¹³ Hoje o prédio do Casino Eldorado, apesar de desprotegido foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba (IPHAEP). Esse prédio possui uma imagem do crescimento e dos tempos áureos da cidade, além disso aparece no processo de patrimonialização da Feira Central de Campina Grande com um papel bem específico: para justificar o embargo, pelo IPHAN e pelo IPHAEP, das obras de requalificação da feira. (PEREGRINO, 2018, p. 109).

Santos¹⁴, autor do famoso cordel *Viagem a São Saruê* (1978). Atualmente, é comum violeiros e repentistas apresentarem-se aos sábados nos bares localizados dentro do Mercado Central, como também encontrar bancas que vendem cordéis no local.

Nesse cenário profícuo de manifestações da cultura popular, a Feira Central se constitui em um lugar onde a comunicação ocorre por muitas vias. Podemos destacar que, mesmo com a presença das novas tecnologias de informação e comunicação, a troca de informações entre feirantes e fregueses predomina por meio da oralidade, gestualidade e afetividade. Partindo de um prisma simbólico, notamos que a feira é livre e acontece na rua, um espaço existencial sem paredes e com paredes, sem limitações visíveis de início e final dos territórios, dessa maneira os limites são construídos de forma subjetiva.

A fluidez do lugar, que se monta e desmonta a cada dia, perpassa as estratégias comunicacionais construídas nas trocas simbólicas através de falas, presença, gestos, cantos, conversas, confissões, abraços e laços afetivos. Além disso, as pessoas se reúnem nesse evento cultural para comprar, vender, trocar, trabalhar, festejar, reencontrar-se e sobretudo as pessoas reúnem-se na feira para se comunicar.

Figura 04 – Participantes da feira

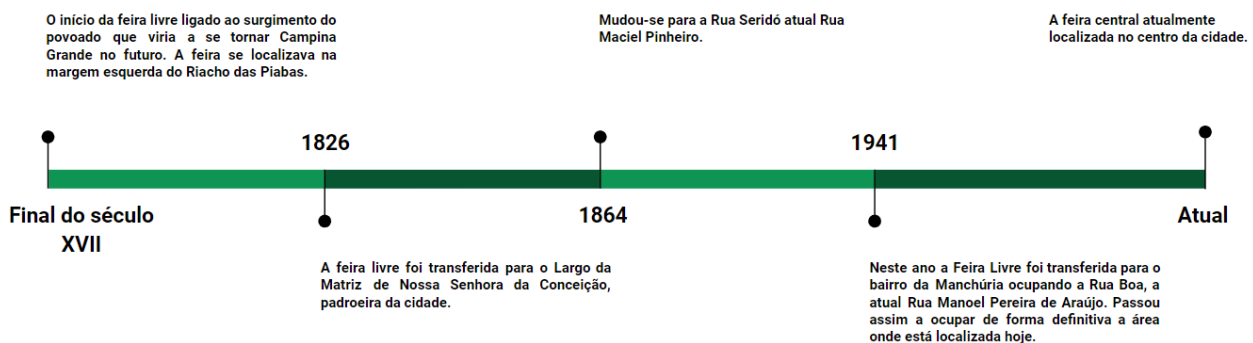


Fonte: Roberto Coura (2014).

¹⁴ Manoel Camilo dos Santos nasceu em Guarabira (PB) no ano de 1905 e faleceu em Campina Grande no ano de 1979. Repentista, compositor, violeiro. Começa a atuar como cantador em João Pessoa, no período de 1936 a 1940. Até então, havia trabalhado como comerciante ambulante, cabo de rodagem e marceneiro, em 1942 instala, em sua cidade natal, uma pequena e rudimentar tipografia, a Folhetaria Santos. Os primeiros folhetos publicados foram *O Romance de Abel com Margarida* e *Peleja com Pedro Simão*, em 1953 a folhetaria foi transferida para Campina Grande, com o nome A Estrela da Poesia. Em 1955 é publicado seu folheto *O Sabido sem Estudo*; em 1956, é a vez de *Viagem a São Saruê*, porventura seu folheto mais famoso, que é traduzido para o francês. Fonte: <https://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa5875/manoel-camilo-dos-santos>

A figura 4 ilustra a localização da Feira Central desde o seu surgimento até a atualidade, notamos o percurso trilhado ao longo do tempo, contudo manteve-se no centro da cidade, o que denota que essa atividade econômica está atrelada ao desenvolvimento urbano e ao movimento de ocupação dos territórios. Tendo em vista que o surgimento das cidades nordestinas está atrelado ao desenvolvimento econômico urbano das feiras, constatamos que estas são evoluções simultâneas permeadas pelo processo de urbanização.

Figura 05 - Linha do tempo da localização da Feira Central



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Em termos de espaço e localização a feira possui uma expressividade significativa ocupando um espaço de aproximadamente 75.000 m² (setenta e cinco mil metros quadrados) distribuído por nove ruas e um espaço edificado, o Mercado Central, estando localizada no bairro do Centro. As ruas que compõem a feira são as seguintes: Rua Deputado José Tavares (Entrada principal), Rua Antônio Sá (Feira de roupas e calçados), Rua Manoel Farias Leite (Rua das flores e Largo do Pau do Meio), Rua Cristóvão Colombo (Rua de barracas de refeições), Rua Marcílio Dias (Rua dos queijos, doces e bolos).

Além destes encontramos o Mercado Central (Feira de carnes, peixes, bares, bodegas e restaurantes, posto da polícia militar, unidade básica de saúde e centro cultural), Rua Pedro Álvares Cabral (Rua lateral do Mercado Central), Rua Dr. Carlos Agra (Rua de trás do Mercado Central), Rua Antônio Pereira (Rua de bares e bordéis) e Rua Manoel Pereira de Araújo (Rua das aves, raizeiras e onde está o prédio do antigo Casino El Dorado).

A figura 5 ilustra a localização da feira no contexto, nacional, regional e local. Estima-se que a feira possui 4.400 (quatro mil e quatrocentos) pontos comerciais, que abrigam barracas

de madeira, lojas de alvenaria, bares, barbearias, salões de beleza, mercadinhos, lojas de produtos naturais, lojas de bijuterias, lojas de eletrônicos, lojas de material de construção, restaurantes e bordéis. No que diz respeito a quantidade de feirantes o total é de aproximadamente 16.000 (dezesesseis mil) conforme dados da pesquisa *Feira Central de Campina Grande: diagnóstico urbano* realizada em 2019 pela equipe do LabRua¹⁵ em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município.

Figura 06 – Mapa de localização da Feira Central de Campina Grande (PB)



Fonte: Elaborado por Chateaubriand Almeida, 2021.

Compreendemos que estas estimativas não contabilizam todo o número de trabalhadoras e trabalhadores que participam das atividades externas aos pontos comerciais: os carregadores, os feirantes ambulantes, os fornecedores de material e insumos e os artistas de rua. A respeito dessa discussão sobre as pessoas que vivem do trabalho na feira para além das feirantes e dos feirantes Araújo (2011) comenta que:

Muitas pessoas sobrevivem das feiras, seja na relação direta entre feirante e freguês, seja na complexa interação em teias sociais, uma vez que existem personagens que extrapolam os lugares habituais das feiras, entretanto produzem para as mesmas. Há fornecedores de mercadorias que muitas vezes trabalham também informalmente. É o caso das costureiras que confeccionam as peças de vestimentas nas fábricas de “fundo de quintal”, para que sejam vendidas nas feiras. Além disso, também há muitos

¹⁵ O Laboratório de Rua é uma associação civil sem fins lucrativos, com fins educacionais e de pesquisa técnico científica. Com sede na cidade de Campina Grande, na Paraíba, o LabRua tem como objetivo desenvolver estudos voltados aos espaços públicos, mobilidade de pessoas por qualquer meio de transporte, promoção da cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico, artístico e cultural, entre outras finalidades. Fonte: labrua.org/sobre/

trabalhadores que vivem no mercado informal e que abastecem as feiras nas condições de fornecedores, por exemplo os vendedores de produtos de limpeza e de cereais do atacado. (ARAÚJO, 2011, p. 127).

Com o surgimento de outras feiras na cidade, a feira principal ficou conhecida como Feira Grande, Feira das Feiras ou Feira Central, este último nome sendo o mais utilizado para se referir ao local. Além dela também funcionam duas feiras, no centro da cidade, a Arca Titão e Arca da Catedral. Podemos destacar algumas feiras que ocorrem em outros bairros como: a Feira da Prata, a Feira das Malvinas, a Feirinha de Bodocongó, a Feira da Liberdade, a Feira do Catolé.

Na feira pesquisada o período de funcionamento é de segunda-feira a sábado, sendo o sábado o dia com maior fluxo de pessoas e de feirantes. Segundo o Diagnóstico Urbano da Feira Central de Campina Grande (2019), por meio de uma pesquisa volumétrica foram contabilizados aos sábados 81.412 (oitenta e um mil quatrocentos e doze) modais sendo estes pedestres, bicicletas, motos e carros¹⁶.

No âmbito da organização gestora a feira está sob a responsabilidade da Prefeitura Municipal por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SEDE). Nesse aspecto, a organização do comércio periódico pesquisado ocorre por meio da Administração do Mercado Central e é exercida por Agnaldo Batista gerente da feira. Ainda na esfera do poder público desenvolvem atividades no local a Secretaria de Cultura, Secretaria de Educação (SEDUC), Secretaria de Cultura (SECULT) e Secretaria de Serviços Urbanos e Meio Ambiente (SESUMA).

Além destes órgãos citados ainda atua o Comitê Gestor para salvaguarda da Feira Central instituído pelo IPHAN e pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba (IPHAEP). Contudo, outras organizações civis participam como: Associação de Feirantes do Mercado Central (AFEMEC), Sindicato do Comércio Varejista de Feirantes e Ambulantes de Campina Grande (SINCOV-PB).

Como relevância histórica e cultural salientamos 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). De um total de 5.119 feiras livres existentes no Brasil, apenas duas ocupam a categoria de bens registrados: o nosso objeto de pesquisa e a Feira de Caruaru (PE), registrada em 2006. O Decreto nº 3.551 de

¹⁶ As contagens de modais tem como objetivo entender a intensidade da circulação na área, sendo realizadas em cinco pontos diferentes da feira estando estes na Rua Quebra-Quilos, Rua Cristóvão Colombo, Rua Marcílio Dias, Rua Afonso Campos e Rua Dr. Antônio Sá, aos sábados nos dias 13 de julho e 03 de agosto, das 03 horas às 15 horas. (LabRua, 2019).

4 de agosto de 2000 que instituiu o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial e o Plano Nacional de Patrimônio Imaterial (PNPI) destaca que o 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.

Podemos destacar que de acordo com o Dossiê de Registro da Feira Central de Campina Grande (2017) sobre o processo de patrimonialização que o trabalho do INCR da Feira de Campina Grande também foi coordenado pela historiadora Giovanna de Aquino Fonseca Araújo, contando com a participação de professoras e professores da rede pública local e de estudantes universitários de diferentes áreas do conhecimento vinculados à Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), à Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e ao Centro de Ensino Superior e Desenvolvimento (Cesed) do Centro Universitário Facisa. (IPHAN, 2017).

A título de explicação, segundo dados do site do Iphan, o Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) é uma metodologia de pesquisa desenvolvida pelo Iphan para produzir conhecimento sobre os domínios da vida social aos quais são atribuídos sentidos e valores e que, portanto, constituem marcos e referências de identidade para determinado grupo social. Contempla, além das categorias estabelecidas no Registro, edificações associadas a certos usos, a significações históricas e a imagens urbanas, independentemente de sua qualidade arquitetônica ou artística.

O dossiê final de instrução técnica do processo de registro é formado pelo relatório final e por um documentário feito sobre a Feira Central. De acordo com o Dossiê de Registro da Feira Central de Campina Grande (2017) os pontos principais do documento são os seguintes:

- a) o desenvolvimento do processo de Registro, desde o trabalho de elaboração do INCR até a busca de definição dos primeiros apontamentos para salvaguarda da Feira situados especialmente na Oficina de Projeto Participativo;
- b) a história, os processos de continuidade e transformação do lugar ao longo do tempo, atrelados aos diferentes significados atribuídos por feirantes, fregueses, agentes públicos e privados;
- c) a territorialidade da Feira, seus lugares especiais, seu caráter de resistência espacial e suas interfaces com meio urbano campinense e entorno nordestino;
- d) os saberes, os ofícios, formas de expressão e edificações de valor histórico, artístico e comunitário;
- e) as motivações da Feira que levam a buscar reconhecimento patrimonial como importante lugar que marca a memória, a identidade e o cotidiano nordestino e brasileiro dentro da diversidade cultural do país;
- f) os bastidores da organização e desenvolvimento dos grupos de trabalho e das plenárias públicas da Oficina de Projeto Participativo, que resultaram na elaboração das informações sobre possíveis problemas e riscos encontrados na Feira, que necessitarão de estratégias e ações de salvaguarda direcionados por representações de feirantes e fregueses em parceria com instituições públicas e privadas interessadas nas melhorias das referências culturais e socioeconômicas locais;

g) as ações de salvaguarda já desenvolvidas e em desenvolvimento na Feira ao longo do tempo que apontam importantes caminhos de gestão do bem patrimonializado. (IPHAN, 2017, p. 26).

Logo abaixo na figura 6 pode ser acessado o vídeo sobre a feira produzido pelo Inventário Nacional de Práticas Culturais da Feira Central de Camina Grande.

Figura 07 – QR Code do vídeo de Registro da Feira Central como Patrimônio Cultural do Brasil



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Figura 08 – Totem de identificação do Patrimônio Cultural localizado no Mercado Central



Fonte: Ermaela Cícera Freire, 2020

Figura 09 – Totem de identificação do Patrimônio Cultural localizado no Mercado Central



Fonte: Ermaela Cícera Freire, 2020

Com o registro da feira como Patrimônio Imaterial do Brasil em 2017, houve uma divisão em seis setores, sendo estes diferenciados por cores e pelos produtos ofertados, a saber: Setor Verde (hortifruti, queijos, doces), Setor Azul (peixes, calçados, queijos, doces), Setor Rosa (flores, animais e variedades), Setor Vermelho (carnes, aves, alimentação), Setor Laranja (cereais, grãos, variedades) e Mercado Central (carnes, grãos, bodegas, bares, espaço cultural, posto de saúde, posto policial, sede da SESUMA). A seguir a figura 6 traz uma das bancas que compõem a feira.

Quadro 02- Divisão das feiras por setores

Tipos de Feira	Setor
Feira de Frutas e Verduras	Verde
Feira de Queijos e Doces	Azul
Feira de Peixes	Mercado Central
Feira de Carnes	Vermelho
Feira de Flores	Rosa
Feira de Ervas e Temperos	Verde
Feira de Animais	Vermelho
Feira de Grãos	Mercado Central
Feira de Alimentação	Vermelho
Feira de Goma e Panificação	Verde
Feira de Bebidas	Azul
Feira de Calçados	Azul
Feira de Roupas	Azul

Feira de Utensílios Domésticos	Azul
Feira de Cerais e Oleaginosas	Laranja
Feira de Artesanato	Laranja
Feira de Artigos Agrícolas e Veterinários	Verde
Feira de Eletrônicos	Verde
Feira de Móveis Novos e Usados	Azul
Feira de Artigos Religiosos	Laranja
Feira de Artigos para Festas	Rosa

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

De acordo com o Manual de Sinalização do Patrimônio Mundial no Brasil (2013), criar uma sinalização própria e coerente para o patrimônio mundial significa também favorecer a visibilidade desses sítios de valor excepcional para a humanidade, divulgando sua beleza natural e riqueza cultural, e impulsionando a educação patrimonial e o turismo cultural. Além de facilitar o acesso e a interpretação dos monumentos e dos conjuntos históricos e naturais, esperamos que essas orientações contribuam para estimular nos cidadãos brasileiros o reconhecimento e o sentido de orgulho pelo Patrimônio de sua cidade. A figura 7 traz uma das placas de identificação do IPHAN localizada na Rua Vila Nova da Raiva onde está a entrada da Feira de Flores.

Figura 10 – Placa de identificação do IPHAN localizada na Rua das Flores



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2021.

O lócus da pesquisa é muito amplo podendo ser interpretado como um multiverso. A divisão citada anteriormente é um norteador para o caminhar na feira a princípio, contudo está

à disposição dos frequentadores e frequentadoras uma infinidade de percursos bem como dimensões sendo elas sociológica, econômica, cultural, arquitetônica, geográfica, antropológica e comunicacional. Nas palavras de Adonhiran Ribeiro feirante e historiador sobre a forma própria de organização da feira comenta que:

A feira é na verdade um caos organizado, o que é contraditório. Mas isso tem a ver com o fato de que a feira segue sua própria lógica. Então, para quem não conhece a feira aparentemente aquilo ali é uma grande loucura, não é? Uma coisa caótica ou labiríntica. Mas na verdade existe ali uma lógica de ocupação espacial, que evidentemente os comerciantes da feira conhecem muito bem e os frequentadores assíduos. Então, nesse sentido, quando você conhece a feira, você percebe que existe não apenas uma perspectiva econômica, mas na verdade a feira é um grande museu antropológico, um grande espaço sociológico, histórico, cultural. E aí quando a gente descobre isso, quando a gente percebe isso, passa a ver a feira a partir de outros referenciais de divisórias espaciais. (IPHAN, 2017, p. 39).

As relações estabelecidas na Feira Central de Campina Grande fazem dela uma caixa de ressonância da metrópole campinense. Ela é um mangue social, que alimenta e se alimenta das “matérias” que tornam a vida possível na cidade metropolitana. Tais relações não se resumem às compras e vendas, pois as formas de interação são complexas, inusitadas e refletem movimentos e conflitos presentes no dia a dia da cidade. (SILVA, 2020). Dessa forma, o autor destaca que:

A Feira Central é um lugar de convivência, de sociabilidades, de encontros e de desencontros, de convergências e de divergências. Ela é um mosaico de espaços de interações, onde as relações estabelecidas entre tempo, agentes sociais e processos, concorrem para que a vida na cidade que lhe dá produza diversidade e riqueza de possibilidades, de rituais, comportamentos, normas e limites de uso e apropriação do lócus urbano, do qual a feira faz parte. (SILVA, 2020, p. 394).

As feiras livres são ambientes de referências culturais que abarcam caminhos múltiplos no cenário urbano e popular contemporâneo, sendo assim elas subsidiam as identidades locais e traduzem a diversidade da sociedade brasileira. A partir disso entendemos que a feira investigada dispõe de riquezas econômicas e culturais que reverberam no dia a dia de diversos grupos sociais participantes da feira.

As pesquisas acadêmicas a respeito da Feira Central de Campina Grande (ARAÚJO, 2011; FREIRE, 2019; SILVA, 2020) indicam reflexões pertinentes sobre o fenômeno pesquisado nas áreas da história e das ciências sociais. Neste sentido, é preciso problematizar a feira no campo da comunicação utilizando as correntes teóricas adotadas nesta investigação. Portanto, buscamos responder à pergunta norteadora da pesquisa a partir do pensamento que apresenta a feira livre enquanto mídia, assim vislumbramos alcançar esse objetivo por meio da teoria da folkcomunicação aliada às epistemologias do sul.

Assim, Trigueiro (2013) no seu estudo *O ativista midiático da rede folkcomunicacional: operador estratégico local nos espaços tradicionais e modernos das feiras livres paraibanas*

oferece um caminho para entender as negociações tensionadas das apropriações midiáticas pelas comunidades locais e como estas usam a televisão como instrumento de informação nos espaços tradicionais das feiras livres paraibanas.

Como subsídio teórico o autor nos permite compreender a feira como local de reencontros semanais com o intuito de escapar mesmo que seja um pouco da vida cotidiana, e apresenta-se como um espaço onde o moderno e a tradição coexistem. É também um lugar polifônico de negociações dialéticas e de polissemia de manifestações culturais. (TRIGUEIRO, 2013). No quadro 1 apresentemos um resumo de ideias que o autor trabalha na perspectiva de estudar a feira livre como fenômeno folkcomunicação.

Quadro 03 – Síntese de ideias a respeito do papel da feira livre

Fenômeno observado	Características
Feira do interior nordestino	Pontos de Encontros
	Convivência das sociedades rurbanas
	Oralidade, interações interpessoais como principais formas de comunicação
	Predominância do modelo folkcomunicação como campo social híbrido do moderno e do tradicional
	Relações de consumo
	Intercâmbio de conhecimento
	Interações face a face, diálogos horizontais afetados pelo processo de mediação

Fonte: (TRIGUEIRO, 2013).

Podemos perceber a presença de componentes comunicativos próprios das relações sociais estabelecidas no campo interpessoal e popular, o que remete a natureza da folkcomunicação como um processo artesanal e horizontal, sendo similar aos tipos de comunicação interpessoal, uma vez que suas mensagens passam por elaboração, codificação e transmissão a partir de sistemas de linguagens e canais próximos à audiência. (BELTRÃO, 2014). A respeito dos diálogos presenciais e realizados de forma horizontal na feira Trigueiro (2013) afirma que:

Na feira, os negócios, os intercâmbios de conhecimento e as conversações nos lugares de compras, vendas e divertimento são realizados, fundamentalmente, pelas interações mediadas face a face que animam os diálogos justificados horizontalmente, mas cada vez afetada pelos processos de mediações. A grande feira engloba um conjunto de outras feiras menores (de carnes, frutas e verduras, feijão, farinha, rapadura, fumo, barro, animais, calçados, livros e revistas, sulancas, importados, trocas, etc.), que se estendem por várias ruas próximas da praça do mercado público central. (TRIGUEIRO, 2013, p. 7-8).

Ainda sobre esta reflexão Cardial e Silva (2011) comentam que:

o estudo folkcomunicação da feira, além da identificação dos seus atores, passa, principalmente, pela compreensão dos fenômenos envolvidos. Nesse sentido, lança-se o olhar para as práticas dos atores – e não mais marginalizados –, ao atentar-se para

o uso de mecanismos geralmente artesanais e apropriados como meios de difusão de informações. Trata-se de mecanismos que atribuem protagonismos aos cidadãos marginalizados e constituem tipologias da folkcomunicação, criteriosamente classificadas e organizadas num trabalho encabeçado pela Rede Folkcom, e mais recentemente, publicadas no livro do professor José Marques de Melo: *Mídia e Cultura Popular* (2008). (SILVA; CARDIAL, 2011, p. 8).

Por meio desse sistema popular comunicacional as manifestações populares são validadas como legítimas e se apresentam como caleidoscópio sociocultural (SILVA; CARDIAL, 2011) da feira, e que podem ser identificadas e classificadas a partir da taxionomia da folkcomunicação proposta por Luiz Beltrão e atualizadas pelo professor José Marques de Melo (2008). Por meio desta ferramenta a partir dos gêneros, tipos e formatos folkcomunicacionais é possível identificar elementos que insiram a feira livre como um local de narrativas e relações próprias da folkcomunicação.

4 DELINEAMENTO DA PESQUISA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo apresentamos os aportes e os procedimentos metodológicos utilizados nos processos de coleta e análise de dados, que partem do prisma teórico adotado. Descrevemos o método, os tipos de pesquisa, as fases da investigação empírica e as questões éticas relativas à pesquisa com seres humanos.

4.1 MÉTODO DE PESQUISA

Em princípio, antes de fazermos considerações sobre o método da cartografia simbólica, e discuti-lo no campo das ciências sociais e da comunicação social, é necessário realizar uma discussão mesmo que breve da origem histórica do termo cartografia, a fim de elucidar como foi utilizada na investigação. Dessa maneira, o significado etimológico da palavra cartografia vem da junção das palavras gregas *charta* que significa carta ou papel e *graphein* que significa escrita. Segundo o Dicionário Caldas Aulete Digital a cartografia é definida como a ciência e a técnica de elaborar cartas gráficas ou o estudo e descrição sobre mapas.

Com relação a origem da palavra cartografia sua invenção é atribuída ao Visconde de Santarém, no século XIX, numa carta enviada ao investigador e diplomata brasileiro Francisco Adolfo de Varnhagen. Anteriormente, o ato de produzir mapas era chamado de cosmografia, já que as referências para a navegação eram realizadas com base nas cartas náuticas celestes que existiam na época.

Vale destacar outro ponto relevante que o primeiro atlas moderno intitulado *Theatrum Orbis Terrarum* ou Teatro do Globo Terrestre traduzido para o português, data do século XVI no ano de 1570, de autoria do cartógrafo Abraham Ortelius, a obra possuía 139 (cento e trinta nove) mapas em cores e desenhados à mão. Podemos afirmar que os mapas se configuram como documentos históricos e culturais muito expressivos, que surgem da necessidade humana de localização, ao longo da história da geografia o conhecimento geopolítico do mundo foi sendo representado através desse instrumento.

Em termos conceituais, a cartografia foi estabelecida em 1966 pela Associação Cartográfica Internacional (ACI), e posteriormente, ratificado pela UNESCO, no mesmo ano: A cartografia apresenta-se como o conjunto de estudos e operações científicas, técnicas e artísticas que, tendo por base os resultados de observações diretas ou da análise de documentação, se voltam para a elaboração de mapas, cartas e outras formas de expressão ou

representação de objetos, elementos, fenômenos e ambientes físicos e socioeconômicos, bem como a sua utilização. (IBGE, 1998).

Diante do exposto, caminhamos para a explicação do aporte metodológico adotado para este trabalho acadêmico, sendo apresentada como metodologia interdisciplinar pensando na interface entre a comunicação e as ciências sociais, de forma específica entre a teoria da folkcomunicação e as epistemologias do sul. Juntamente a esse pensamento apresentamos o método como proposta descolonizadora de saberes e práticas acadêmicas tendo em vista o enfoque de experiências que muitas vezes estão invisibilizada pelo conhecimento acadêmico dominante. Assim sendo, nesta pesquisa é utilizada a cartografia simbólica com base em Santos (2000) como recurso metodológico adequado à investigação, uma vez que permite o entendimento de fenômenos comunicacionais, culturais, folclóricos e sociológicos.

Santos (2000) dispõe da cartografia para desenvolver uma concepção do direito como mapa cognitivo dos espaços de ordem e desordem em que nos deslocamos no cotidiano, nomeando essa concepção metodológica de cartografia simbólica do direito. A abordagem pode ser compreendida, em termos epistemológicos, como uma ciência muito complexa, pois combina características das ciências naturais e das ciências sociais. O autor propõe que o método seja empregado em outros universos simbólicos no estudo de outras realidades localizadas além do campo do direito.

A metodologia cartográfica permite traçar um itinerário de conhecimento da área pesquisada a partir da construção de categorias de analíticas com intuito de realizar a análise de forma satisfatória, elas podem sofrer modificações inclusive na inserção do(a) pesquisador(a) no campo. Essas categorias serão referenciais de cunho analítico para o desenvolvimento da pesquisa, que subsidiam a investigação tanto no momento da ida ao campo quanto no momento da organização, análise e interpretação dos dados da pesquisa. Nessa fase, articulamos categorias de observação e análise comunicacionais, culturais e sociais, por meio de indicadores que norteiam o processo, a saber: comunicação visual e verbal; interação social e simbólica; recorte espacial e simbólico; circuitos comunicacionais; religiosidade e cultura tradicional; e mediações e mediação.

De acordo com Santos (2000) como principal característica estrutural os mapas, para desempenhar adequadamente suas funções, tem inevitavelmente que distorcer a realidade, os mapas o fazem através de três fases da cartografia simbólica representadas pelos seguintes conceitos: escala, projeção e simbolização.

No que diz respeito a escala esse mecanismo figura como a primeira forma de distorção da realidade, nesse elemento está contido o nível de redução que uma área geográfica terá em sua representação no mapa. O autor comenta a respeito do conceito de escala que:

A escala é o primeiro grande mecanismo de representação/distorção da realidade. A escala é 'a relação entre a distância no mapa e a corresponde distância no terreno' (Monmonier, 1981:41), e como tal implica uma decisão sobre o grau de pormenorização da representação. Os mapas de grande escala têm um grau mais elevado de pormenorização que os mapas de pequena escala porque cobrem uma área inferior, a que é coberta, no mesmo espaço do desenho, pelos mapas de pequena escala. (SANTOS, 2000, p. 228, tradução nossa).¹⁷

Logo em seguida a projeção é precisamente o mecanismo que transforma as superfícies curvas da terra em superfícies planas nos mapas, feito isso essa transformação não pode ocorrer sem distorcer formas e distâncias. Conforme Santos (2000):

Cada tipo de projeção cria um campo de representação no qual as formas e os graus de distorção têm lugar segundo regras conhecidas e precisas. Por exemplo, algumas projeções distorcem mais as zonas polares, enquanto outras fazem o oposto. Por outro lado, as diferentes projeções distorcem diferentemente as variadas características do espaço. Algumas projeções, as chamadas projeções formadoras, representam corretamente as áreas, mas distorcem os ângulos, formas e direções, enquanto outras, as chamadas projeções equivalentes, fazem o oposto. (SANTOS, 2000, p. 230, tradução nossa).¹⁸

Com a concepção de que os mapas não dispõem de neutralidade, uma vez que neles está contida as escolhas e as subjetividades do cartógrafo ou da cartógrafa, fazemos uso desse método para subsidiar a parte metodológica da pesquisa. Entendemos que o conjunto de informações registrados nos mapas não produzem uma verdade global, ou seja, os mapas são sempre fruto de uma escolha de quem os produz e partem de algo real para se tornar uma simbolização. Sendo assim, a simbolização é a representação gráfica de elementos que caracterizem a realidade projetada.

Conforme Santos (2000) a fase concebida como simbolização:

é o terceiro grande mecanismo da representação/distorção cartográfica da realidade. Refere-se aos símbolos gráficos usados para assinalar os elementos e características da realidade espacial selecionados. Sem sinais, o mapa é tão inútil como o mapa de Borges. É este o caso do mapa de Bellman na história de Lewis Carrol, o mapa que

¹⁷ No original: La escala es el primer gran mecanismo de representación/distorción de la realidad. La escala es "la relación entre la distancia en el mapa y la correspondiente distancia en el terreno"(Monmonier, 1981: 41) y, como tal, implica una decisión sobre el grado de pormenorización de la representación. Los mapas de gran escala tienen un grado más elevado de pormenorización que los mapas de pequeña escala porque cubren un área inferior, a la que es cubierta, en el mismo espacio de diseño, por los mapas de pequeña escala (SANTOS, 2000, p. 228).

¹⁸ No original: Cada tipo de proyección crea un campo de representación en el cual las formas y los grados de distorsión tienen lugar según reglas conocidas y precisas. Por ejemplo, algunas proyecciones distorsionan más las zonas polares, en tanto que otras hacen lo opuesto. (SANTOS, 2000, p. 230).

pretendia representar o mar sem vestígios de terra e que, como tal, era uma folha de papel absolutamente em branco. (SANTOS, 2000, p. 231, tradução nossa).¹⁹

Assim os mapas possuem várias espessuras para a cartografia simbólica essas espessuras são de ordem social, política e simbólica. Por não representar o território, o conjunto de informações que um mapa registra não produz uma verdade real, concluímos que a produção cartográfica é sempre uma escolha do cartógrafo que opta por uma representação de um local do mundo. Sobre essa característica dos mapas Martín-Barbero (2004) comenta que:

para alguns, todo mapa é, em princípio, filtro e censura, que não só reduz o tamanho do representado, como também deforma as figuras da representação, truncando, simplificando, mentindo, ainda que só por omissão. Para outros, ao situar-se na encruzilhada das ciências com arte, a cartografia abriu-se a uma ambiguidade ilimitada, já que as tecnologias aclaram, no plano da observação e seu registro, é borrado pela estetização digitalizada de sua forma: no espaço cartografado de Bagdá as bombas que víamos na tela do televisor apareciam como fogos de artifício ou figuras de games. E finalmente muito se perguntam: mapas para que? Quando a estabilidade do terreno dos referentes e das medidas é esburacada pelo fluxo da vida urbana, pela fluidez da experiência cosmopolita, os mapas nos impediram de fazer nosso próprio caminho ao andar, de aventurar-nos a explorar e traçar novos itinerários, evitando o risco de perder-nos, sem o qual não há a possibilidade de descobrir(-nos). (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 11-12).

Neste ponto a discussão reforça o pensamento pós-colonial que respalda o trabalho, no prisma teórico e metodológico, entendendo as metodologias de investigação pós-abissal como práticas científicas emergentes e que busquem a não rigidez dos processos construtivos. Com relação às metodologias pós-abissais Santos (2019) defende a necessidade da descolonização das ciências sociais e a busca pelas metodologias não-extrativistas, ou seja, aquelas que se fundamentam na relação sujeito-sujeito em oposição à relação sujeito-objeto. O autor afirma sobre o uso das epistemologias do sul que:

Quem adota as Epistemologias do Sul sabe muito bem que o *conhecer-com* em lugar do *conhecer-sobre* requer uma participação concreta nas lutas sociais e exige que se esteja preparado para correr os riscos que possa advir dessa participação. Desse ponto de vista as discussões acadêmicas configuram lutas de muito baixa intensidade quando comparadas com as lutas que mobilizam grupos sociais vítimas diretas da violência capitalista, colonial e patriarcal. (SANTOS, 2019, p. 177).

Em busca de respostas para questionamentos importantes, que permeiam a construção do percurso metodológico, com respaldo do pensamento descolonizado nas ciências sociais e na comunicação social, elencamos três razões pelas quais tentamos elucidar as reflexões. Dessa

¹⁹ No original: el tecer gran mecanismo de la representación/distorsión cartográfica de la realidad. Se refiere a los símbolos gráficos usados para señalar los elementos y las características de la realidad espacial seleccionados. Sin señales, el mapa es tan inútil como el mapa de Borges. Es este el caso del mapa de Bellman en la historia de Lewis Carroll, el mapa que pretendía representar el mar sin vestigios de tierra y que, como tal, era una hoja de papel absolutamente en blanco. (SANTOS, 2000, p. 231).

forma, a cartografia simbólica colabora na reflexão sobre a descolonização dos saberes nesta investigação a partir dos pontos a seguir:

- a) Fornece um método para estudar a feira livre como local de comunicação popular, enquanto mídia respaldada pela teoria da folkcomunicação de Luiz Beltrão (2014) e enquanto epistemologia do sul, e saber não nortecêntrico, com base em Boaventura de Sousa Santos (2013) e (2019);
- b) Possibilita a discussão de autoras e autores oriundos do pensamento pós-colonial e descolonial a partir de vias epistemológicas, sociais e políticas não universalistas;
- c) Visibiliza as investigações científicas a respeito de grupos sociais historicamente excluídos ou apagados no contexto social, cultural e político, uma vez que expõe a multiplicidade de vozes e a pluralidade epistêmica.

Dessa forma, para esta investigação o método apresenta viabilidade, pois não se trata de um procedimento metodológico com intuito de elaborar uma relação descritiva, se trata, por fim, de uma metodologia com densidade analítica, oferecendo um itinerário intelectual ao pesquisador ou pesquisadora. Essas características são preponderantes para o desenvolvimento do caminho metodológico próprio de pesquisas com foco em ações socioculturais relacionadas à comunicação social.

Conforme apresentam Passos, Kastrup e Escóssia (2009) na obra *Pistas do método cartográfico: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*, a cartografia é um método, em princípio, que não possui protocolos fixos para serem seguidos, contudo e significa os autores e autoras discutem pistas que podem colaborar no trabalho de quem pratica a cartografia. O quadro 2 sintetiza oito pistas propostas para o desenvolvimento desse método processual orientado para a investigação de campos também processuais.

Quadro 04 - Pistas do método cartográfico

Pista	Observação
Pista 1 – A cartografia como método de pesquisa-intervenção.	Baseada na contribuição da análise institucional, discute a indissociabilidade entre o conhecimento e a transformação, tanto da realidade como do pesquisador.
Pista 2 – O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo.	Cria uma interlocução entre Freud, Bergson e a pragmática fenomenológica, são definidos os quatro gestos de atenção cartográfica: o rastreio, o toque, o pouso e o reconhecimento atento.
Pista 3 – Cartografar é acompanhar processos.	Analisa a distinção entre a proposta da ciência moderna de representar objetos e a proposta da cartografia de acompanhar processos, além de apresentar um exercício da re(invenção) metodológica nas entrevistas.

Pista 4 – Movimentos-funções do dispositivo no método da cartografia.	Propõe três movimentos-funções: de referência, de explicitação e de produção, e de transformação da realidade.
Pista 5 – O coletivo de forças como plano da experiência cartográfica.	Apoiada em Gilbert Simondon e Gilles Deleuze propõe que ao lado dos contornos estáveis do que denominamos formas, objetos ou sujeitos, coexiste o plano do coletivo das forças que os produzem, além de definir a cartografia como parte de construção desse plano.
Pista 6 – Cartografia como dissolução do ponto de vista do observador.	Revela a preocupação em apontar que a recusa do objetivismo positivista não deve conduzir à afirmação de participação de interesses, crenças e juízos do pesquisador, concluindo que objetivismo e subjetivismo são duas faces da mesma moeda.
Pista 7 – Cartografar é habitar um território existencial.	Traz a importância da imersão do cartógrafo no território e seus signos.
Pista 8 – Por uma política da narratividade.	Traz a ideia de que a alteração metodológica proposta pela cartografia exige uma mudança das práticas de narrar.

Fonte: PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA (2009).

A cartografia é experimentação, contudo, deve se atentar para que o fato de não ser um conjunto de regras para ser seguido e muito menos um conhecimento rígido e fechado a ser repassado para frente. O pesquisador ou a pesquisadora está imerso em uma experiência, desse modo o ato de cartografar é ir de encontro a sentimentos, emoções e afetos. Sempre que o cartógrafo ou cartógrafa se insere no campo existem processos em curso, a pesquisa empírica demanda a habitação de um território, que de antemão ele não habita. Nesta medida, a cartografia possui proximidade com a pesquisa etnográfica e lança mão da observação participante, o pesquisador permanece no campo em contato direto com as pessoas e seu território existencial. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2009). As experiências cartográficas são vivenciadas para relatar experiências pelo lado de dentro do campo, ou seja, participamos da vivência para estar junto e compartilhar do que acontece num grupo pesquisado com intuito de compreender de maneira ampliada aberta aos afetos.

Este procedimento como método é complexo e vai possibilitar o deslocamento do modelo tradicional na obtenção dos dados, nessa ambiência existem inúmeros deslocamentos relativos à política de pesquisa tradicional, que tornam o exercício de reflexão constante. No método cartográfico, de pessoa para pessoa, quem pesquisa conhece o território e o afeta e ao mesmo tempo está sendo afetado pelos encontros com lugares, com pessoas, com luzes, sons, aromas, isso revela o caráter sensível e afetivo do conhecimento proveniente da cartografia.

Nesse sentido, 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 de um método não pré-definido, no entanto, como método inventivo. Dessa forma, apontamos para uma condição do pesquisador ou pesquisadora aquela que afirma: fazemos parte daquilo que nos força a pensar e a vivenciar.

Para cartografar é preciso ser afetado(a), ser tirado(a) do lugar, movimentar-se, deslocar-se, esta prática é uma forma de ver, assim é necessário encarar o estranhamento próprio do campo de pesquisa. Afirmamos mais uma vez que cartografar é uma experimentação, o pesquisador ou pesquisadora está dentro de uma experiência, cartografar é encontrar sentimentos, afetos, é o ato de experienciar, assim sendo é uma atividade é própria do campo prático. Conforme Passos, Kastrup e Escóssia (2009):

Não se chega à cognição inventiva por adesão teórica, mas por práticas cognitivas efetivas e encarnadas. Isso vale para nossa formação no método da cartografia. Se o aprendizado nos traz um ganho, se ele em alguma medida nos forma, é no sentido de inscrição corporal do conhecimento. Nessa medida, para tornar-se cartógrafo não basta ler este livro ou outros textos teóricos sobre o assunto. É preciso praticar, ir ao campo, seguir processos, lançar-se na água, experimentar dispositivos, habitar um território, afinar a atenção, deslocar pontos de vista e praticar a escrita, sempre levando em conta a produção coletiva do conhecimento. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2009, p. 203).

Diante disso, destacamos que os usos e apropriações da cartografia em outros lugares de saber, sobretudo no campo da comunicação como prática incipiente, sendo um viés teórico utilizado nas ciências humanas. Podemos apontar que o conceito de cartografia é proposto a partir do pensamento de Deleuze e Guatarri, no qual é apresentado no capítulo sobre o rizoma em *Mil Platôs* (1995) e desenvolvido também por Suely Rolnik em *Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo* (1989). Dessa maneira, ressaltamos que o método tem sido manejado em áreas distintas da sua área de origem, a geografia, a exemplo disso destacamos a prática em outras áreas do conhecimento. Sobre o tema Rosário In Moura e Lopes (2016) afirma que:

esse termo foi sendo apropriado e seus usos foram se adequando às reflexões trazidas por estudiosos e pensadores de outros campos de conhecimento, estabelecendo relações mais diretas com o método e as metodologias. Passando por áreas como a filosofia, a psicologia, a educação e até mesmo a administração, a cartografia também permeou a comunicação. Trata-se de uma perspectiva metodológica bastante nova e

está relacionada ao pensamento pós-estruturalista. (ROSÁRIO *In*: MOURA; LOPES, 2016, p. 177).

Embora haja a incipiência de utilização desse método nas investigações comunicacionais buscamos explorar as possibilidades de ressignificação e apropriação do conceito, tendo em vista que entendemos a metodologia como apropriada para trabalhos de caráter interdisciplinar. Como a dissertação presente se pretende interdisciplinar é relevante dar ênfase a opção pelo método cartográfico, uma vez que ele permite um caminhar traçado na experiência da pesquisa em diversos campos do conhecimento. “É importante perceber que isso não significa abandonar o método, tampouco dispensar o rigor ou tornar-se desatento ao controle de variáveis, mas ressignificá-lo”. (ROSÁRIO *In*: MOURA; LOPES, 2016, p. 179).

Podemos dizer que a cartografia na área da comunicação é compreendida como um trilhar metodológico que objetiva a composição de um mapa (sempre inacabado) do objeto de estudo, que parte do olhar alerta e das percepções e observações do pesquisador, que são legítimas e subjetivas. Dessa maneira, a cartografia propicia a construção de outra percepção diferenciada a respeito dos objetos do campo. (ROSÁRIO *In*: MOURA; LOPES, 2016).

Ao utilizar este método objetivamos contribuir para o mapeamento dos processos folkcomunicativos na feira central de Campina Grande (PB), bem como investigar as características pós-coloniais existentes no campo empírico. Tendo em vista as vias e horizontes que o método fornece, acreditamos que pesquisas que investigam os processos folkcomunicacionais nas feiras livres nordestinas podem utilizar-se da cartografia simbólica. Sobretudo pela afinidade do fenômeno com o método, cuja abordagem resulta em contribuições pertinentes para a proposta investigativa mencionadas anteriormente no capítulo.

4.1.1 Tipos de pesquisas quanto à abordagem, objetivos e procedimentos

Na etapa de definição e escolha da metodologia desta pesquisa, o embasamento tem origem na elucidação conceitual do problema, bem como da problematização teórica que circunda o presente estudo. Quanto à abordagem do problema, a investigação é desenvolvida por meio da metodologia qualitativa, podendo ser inseridos dados quantitativos complementares a interpretação do fenômeno. A respeito dessa modalidade de pesquisa, Denzin e Lincoln (2006) afirmam que:

a pesquisa qualitativa é uma atividade que localiza o observador no mundo. Consiste em um conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão visibilidade ao mundo. Essas práticas transformam o mundo em uma série de representações, incluindo as notas de campo, as entrevistas, as conversas, as fotografias, as gravações e os lembretes. Nesse nível, a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem naturalista, interpretativa, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus

cenários naturais, tentando entender, ou interpretar, os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem. (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 17).

A função assumida pelo investigador ou investigadora científico é da descoberta, bem como revelar as possíveis realidades, os olhares de determinado público para o sentido de suas vidas. Em termos empíricos, trata-se de fundamentar as teorias socioculturais sobre a existência e as práticas humanas. Na pesquisa qualitativa é possível destacar características como a descoberta e identificação de novas ideias e *insights* preliminares para a obtenção dos dados por meio de utilização de perguntas abertas, semi ou não estruturadas.

Nesse tipo de pesquisa as análises são de caráter subjetivo e interpretativo, assim as habilidades as quais o pesquisador ou pesquisadora deve estar munido são a comunicação interpessoal, observação e interpretação dos fenômenos pesquisados. Sendo assim, sobre as análises qualitativas os autores afirmam que:

Os pesquisadores qualitativos utilizam a análise semiótica, análise da narrativa, do conteúdo, do discurso, de arquivos e a fonêmica e até mesmo as estatísticas, as tabelas, os gráficos e os números. Também aproveitam e utilizam as abordagens, os métodos e as técnicas da etnometodologia da fenomenologia da hermenêutica, do feminismo, da etnografia, das entrevistas, da psicanálise, dos estudos culturais, da pesquisa baseada em levantamentos da observação participante, entre outras. (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 20).

A classificação da pesquisa com relação aos objetivos encontra respaldo na tipologia de pesquisa exploratória Gil (2008), tendo como referências atividades próprias da pesquisa exploratória como levantamento bibliográfico, entrevistas e estudos de caso. De acordo com o autor as pesquisas exploratórias objetivam uma aproximação com o problema de pesquisa para torná-lo mais palpável e construir hipóteses de trabalho. Neste caso, o planejamento não é rígido e permite considerar aspectos variados do fenômeno estudado. (GIL, 2008).

No que corresponde aos tipos de pesquisas desenvolvidas relativas aos procedimentos técnicos, ou seja, a forma pela qual os dados são obtidos, são utilizadas a pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. Sobre a pesquisa com base em fontes bibliográficas Prodanov e Freitas (2013) afirmam que a modalidade ocorre:

quando elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. Em relação aos dados coletados na internet, devemos atentar à confiabilidade e fidelidade das fontes consultadas eletronicamente. Na pesquisa bibliográfica, é importante que o pesquisador verifique a veracidade dos dados obtidos observando as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 54).

Como todas as pesquisas acadêmicas necessitam de um referencial teórico sobre a temática em estudo, a pesquisa bibliográfica é uma etapa presente em todas as investigações e

cumprir o papel preponderante de compreensão do quadro teórico produzido, tomando como base os últimos cinco anos de produção científica contabilizados a partir do ano de início da pesquisa. No processo de levantamento bibliográfico é relevante ressaltar a pertinência da seleção de obras clássicas para o aporte de teorias em utilização, ou seja, tais obras não precisam estar dentro do marco temporal estabelecido no estado da arte.

Ainda assinalando a classificação das pesquisas quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa de campo sucede a etapa elementar descrita acima. Na pesquisa de campo, desenvolvida neste trabalho, é necessário o deslocamento para um determinado ambiente físico, no qual se encontra o fenômeno de pesquisa, esse processo é essencial pois é a fase de obtenção dos dados que subsidiam a análise e interpretação do material coletado. Sobre o conceito de pesquisa de campo Prodanov e Freitas (2013) discorrem que:

a pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual procuramos uma resposta, ou de uma hipótese, que queiramos comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que presumimos relevantes para analisá-los. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 59).

Acrescenta-se a isso a escolha das técnicas de coleta de dados mais adequadas à natureza da temática e, também, a definição dos procedimentos utilizados para o registro e para a análise das informações obtidas em campo. A classificação de uma pesquisa de campo em qualitativa ou quantitativa vai depender invariavelmente das técnicas de coleta, análise e interpretação das informações. (SANTANA *In*: MAZUCATO *et al*, 2018).

4.2 CAMINHO METODOLÓGICO: NÍVEL TÉCNICO

No percurso metodológico é fundamental como etapa que antecede o trabalho de campo o levantamento bibliográfico sobre a temática de estudo, o que representa o arcabouço teórico existente sobre a temática. Assim sendo, por meio desse levantamento selecionamos as obras, as autoras e os autores na conjuntura do marco teórico, que fornece o embasamento para a construção do referencial teórico da dissertação.

Dito isto, na fase de revisão bibliográfica realizamos uma revisão integrativa que permitiu um levantamento de 223 (duzentos e vinte e três) trabalhos seguindo seis passos, a saber: identificação do tema e seleção da questão problema; estabelecimento dos critérios de inclusão e exclusão; identificação dos estudos pré-selecionados e selecionados; categorização dos estudos selecionados; análise e interpretação dos resultados e apresentação da revisão síntese dos conhecimentos.

A revisão integrativa foi realizada a partir da busca de teses, dissertações e artigos científicos nas bases de dados da Compós, Intercom, Ibercom e Scielo. A investigação considerou o período de 2016 a 2020 e utilizou os seguintes descritores ou palavras-chaves: ‘comunicação’, ‘folkcomunicação’ e ‘cultura popular’, ‘epistemologias do sul’, ‘feiras livres,’ e ‘Feira Central de Campina Grande’.

O conjunto inicial de dados levantados definiu 1.981 trabalhos, na etapa seguinte de identificação dos estudos contou com 223 artigos científicos pré-selecionados. Aplicando-se os filtros de leitura títulos, resumos e palavras-chave, assim foi selecionados uma amostra de 60 trabalhos, na segunda seleção. Em seguida, novos filtros foram aplicados títulos, resumos, palavras-chave e introdução, dessa forma chegou-se à quantidade de 15 trabalhos para a análise final.

Dessa amostra final foi composto o *corpus* para subsidiar a produção do artigo científico intitulado *Folkcomunicação, cultura popular e feiras livres no Nordeste: uma revisão integrativa*²⁰. Esta produção científica foi publicada na 38ª edição da Revista Latinoamericana de Ciências da Comunicação cujo tema foi Comunicação Intercultural e Folkcomunicação num mundo em conflito.

As conclusões dessa revisão apontam para a compreensão do estado da arte do eixo comunicação e cultura popular atualizado relacionado com investigações que privilegiam as temáticas da feira livre como comunicação popular e como instância social. Constatamos também que pela lacuna na produção de pesquisas que problematizem a feira livre como universo folkcomunicação, é possível prever a construção de pesquisas futuras considerando a comunicação entre feirantes e freguesia e a linguagem simbólica da feira livre.

4.2.1 Pesquisa de Campo

Na obra *O Mágico de OZ* (1939) de *Lyman Frank Baum*, a personagem *Dorothy* deve encontrar a estrada dos tijolos amarelos antes de seguir sua jornada e com objetivo de chegar até a Cidade das Esmeraldas e assim encontrar o caminho de volta para casa. Na cultura popular, essa estrada ganhou o significado de caminho esperançoso que sempre dará um rumo a destinos benéficos, assim qualquer rota trilhada na estrada dos tijolos amarelos é um percurso de avanço.

Da mesma forma que a personagem *Dorothy*, na pesquisa de campo, buscamos o percurso do avanço no sentido de formular mais precisamente e responder às questões que norteiam a dissertação, como também definir as técnicas e instrumentos adotadas para

²⁰ A publicação está disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1840/877>.

desenvolver o trabalho de campo. Ainda seguindo no caminho dos tijolos amarelos, a vivacidade dos elementos empíricos próprios da Feira Central permitiu aprimorar o olhar da pesquisadora para pontos de observação ainda não vislumbrados anteriormente.

Com destaque para pontos como os processos de midiatização e a inserção de novas tecnologias de comunicação e informação dentro da Feira Central, a título de exemplo podemos destacar a presença de canais do *Instagram*²¹ como: @jornaldefeira, @feiracentrlcgpb, @bomenafeira. Como inserção de elementos tecnológicos destacamos a utilização da realidade aumentada por meio de QR Codes instalados em pontos estratégicos da feira essa iniciativa é promovida pelo Projeto TecTur Campina²² um aplicativo que dispõe de recursos multimídia e reúne informações históricas e turísticas da cidade.

No trabalho de campo percebemos que o espaço da Feira Central é considerável, cerca de setenta e dois mil metros quadrados, então a setorização por cores existente desde a patrimonialização colaborou no delineamento do caminho para realizar as observações. Mas também permitiu observar o entorno desses setores institucionalizados, pois a feira se alarga e se estreita independentemente de limitações estabelecidas.

Diante disso passamos a descrever a execução do trabalho de campo, podemos expor que a etapa de coleta de dados foi realizada no período de 3 meses, de setembro a novembro de 2021, e foram realizadas 20 (vinte) visitas ao *lócus* da pesquisa. No delineamento metodológico, dispondo do método cartográfico, destacamos que a inserção da pesquisadora no campo empírico, de início, objetivou a observação do campo para definir as técnicas de coleta de dados mais adequados à natureza do tema.

O roteiro investigativo no que diz respeito às observações das práticas folkcomunicacionais presentes na Feira Central seguiu os seguintes passos:

- a) Observação durante parte do dia, optando pelos dias de maior fluxo de pessoas, ou seja, no caso da Feira Central as quintas-feiras, sextas-feiras e sábados, este último considerado “o dia da feira” como denominam popularmente. Para desenvolver a observação, a pesquisadora mediante escolha prévia de um setor da feira, permaneceu durante a parte do expediente dos feirantes e das feirantes, que compreendeu uma faixa de tempo das 7 horas às 13 horas.

²¹ Rede social *online*, criada por Kevin Systrom e Mike Krieger e lançada em 2010, direcionada para o compartilhamento de imagens, em vídeos e fotos, entre os usuários da plataforma.

²² O projeto é executado pela Fundação Parque Tecnológico da Paraíba (PaqTcPB) com apoio da Prefeitura Municipal de Campina Grande através da Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação e Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SEDE). Além disso recebe apoio do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e colaboração do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

- b) Descrição dos processos comunicacionais entre feirantes e fregueses buscando as características folkcomunicacionais presentes nas narrativas (falas, cantos de trabalho, conversas), nas estratégias de vendas (negociações, relações afetivas), na gestualidade (bater palmas acompanhado dos chamamentos, movimentação, organização dos produtos). Outras características folkcomunicacionais foram consideradas como a gastronomia regional e local (buchada, gelada de coco, queijos, doces, biscoitos), o artesanato (painéis de barro, bonecas de pano), a presença de trabalhadores e trabalhadoras populares (raizeiras, benzedadeiras, fazedores de caçua e de cochos, flandeiros).
- c) Administração do tempo em campo com a finalidade de otimizar o tratamento posterior dos dados, levando-se em consideração tempo para coleta, análise e escrita final;
- d) Utilização das pistas do método cartográfico: pista 1 - a atenção no trabalho do cartógrafo, pista 3 - cartografar como quem acompanha processo, pista 5 - o plano coletivo de forças, pista 7 - cartografar é habitar um território existencial e pista 8 - alteração metodológica nas formas de narrar.

Diante disso passamos no subtópico seguinte a indicar os procedimentos técnicos utilizados para assegurar a instrumentalização da atuação no campo empírico, tendo em vista que o rigor e a sistematização dos procedimentos adotados encaminharam a pesquisadora para os resultados esperados ao se debruçar sobre o fenômeno da Feira Central.

4.2.2 Técnicas e instrumentos de pesquisa

Como desenvolver operacionalmente uma pesquisa? Quais os caminhos empíricos que é preciso trilhar e quais as ferramentas que se deve descartar para fazer uma pesquisa e obter os resultados originados de um processo denso de investigação? Sabe-se que a atividade de pesquisar está relacionada à necessidade de executar uma inquirição sistematizada objetivando o alcance de conhecimentos no que se refere a um dado assunto, tema e/ou fenômeno. Em vista disso, é preciso que fique evidente que aquilo que orienta o desenvolvimento de uma pesquisa, mediante pressupostos e noções básicas, o que significa explicitar o delineamento da pesquisa e seus procedimentos metodológicos. (SANTANA *In*: MAZUCATO *et al*, 2018).

Com base neste pensamento destacamos as técnicas utilizadas no trabalho empírico: a observação de caráter participante e a entrevista despadronizada. Para as entrevistas realizadas o universo foi delimitado com 10 feirantes selecionados com base em critérios como gênero, setor de trabalho, produtos à venda, receptividade e performance comunicativa.

Em virtude do foco qualitativo da pesquisa, as entrevistas foram realizadas com um conjunto de participantes pequeno em relação ao número total de feirantes, que é aproximadamente 16.000, porém, temos consciência das nossas limitações na coleta de dados, o que não permite selecionar uma amostra mais representativa do grupo pesquisado. E ainda como característica do viés qualitativo são válidas as entrevistas com abordagem em nível mais aprofundado, assim os feirantes e as feirantes participantes da investigação adequam-se ao tratamento adotada na coleta de dados.

De acordo com Soares *et al* (2018) a entrevista é um procedimento técnico que utiliza perguntas ao entrevistado para coletar informações específicas. Na entrevista se pode identificar três processos significativos: a coleta de dados, diagnóstico e orientação. No que corresponde aos benefícios do uso da entrevista se destacam: possibilidade de obter dados referentes às mais variadas faces da pesquisa; captação de dados a respeito do comportamento dos participantes; os dados coletados podem ser classificados; o entrevistado não necessita saber ler e escrever; possibilidade de esclarecimentos; a observação de expressões no decorrer da atividade, por meio de gestos e voz do entrevistado.

Para execução dessa etapa foi preestabelecido um roteiro de entrevista (*APÊNCIDE D*), que apesar de ser elaborado anteriormente à inserção ao campo, apresentou-se flexível e aberto às alterações no caminho trilhado no decorrer do processo. Buscamos por meio roteiro ouvir as feirantes e os feirantes com intuito de captar:

- a) as características da comunicação oral/popular dos(as) feirantes;
- b) as estratégias comunicacionais;
- c) as características folkcomunicacionais;
- d) as estruturas enunciativas utilizadas para chamar a atenção dos clientes;
- e) as relações sociais entre feirantes e freguesia;
- f) os aspectos afetivos das práticas sociais;
- g) os elementos do espaço físico e simbólico da feira;
- h) os aspectos históricos, econômicos e sociais do local;
- i) o uso das novas tecnologias pelas feirantes e pelos feirantes.

As entrevistas realizadas no campo foram do tipo despadronizada ou não estruturada como categorizam Lakatos e Marconi (2003) ao descreverem as tipologias de entrevistas que variam de acordo com os objetivos da investigação. A entrevista não estruturada adequou-se ao intuito de captar as informações significativas para a etapa posterior de análise dos dados. A respeito dessa técnica Fontana *In*: Mazucato (2018) comenta:

No caso das entrevistas não estruturadas, os entrevistados resguardam a liberdade para desenvolver respostas e argumentações amplas, ou seja, em qualquer sentido que considere adequada em relação à arguição ou ao estímulo feito pelo pesquisador. Dessa forma, o entrevistador possui mais liberdade para conduzir a entrevista, permitindo assim, uma exploração mais ampla de um determinado tema emergente no diálogo entre o sujeito do conhecimento e o informante que, por vezes, pode possuir vínculos profícuos com o objeto de pesquisa estudado. (FONTANA *In*: MAZUCATO, 2018, p. 70).

Nesse processo, o percurso metodológico também lançou mão da observação em campo, mais especificamente, sobre a técnica de investigação observação participante. Esta técnica está inserida no acervo das táticas de coleta de dados própria das abordagens qualitativas, e tem como objetivo apreender do campo as impressões e observações acerca da realidade pesquisada. A respeito da técnica Silva e Mathias (2018) apontam que:

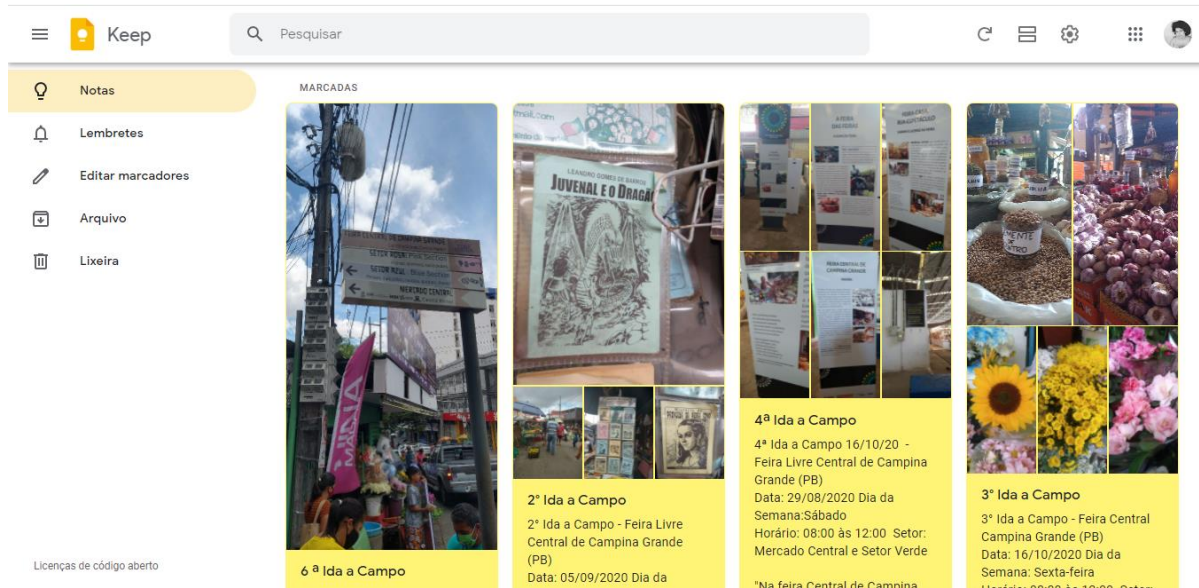
a observação participante é um processo fundamentado utilizado como ferramenta de pesquisa, e como tal, está condicionada às etapas do rigor acadêmico e científico. O papel do pesquisador enquanto observador é graduado pelo maior ou menor nível de imersão no campo de estudo, perfazendo desta forma o seu nível de envolvimento. A observação é um processo bastante complexo, se trata de relações e comportamentos humanos e mesmo que o pesquisador se utilize de outras formas de coleta de dados, ele jamais deixará de ser um observador atento das pessoas e dos fenômenos. (SILVA; MATHIAS, 2018, p. 55).

Nessa estratégia de participação no grupo ou comunidade é essencial a capacidade de atenção e refinamento do olhar de quem pesquisa, principalmente para a vida das pessoas participantes da investigação. Pois é uma característica da observação participante a aproximação entre pesquisador e participantes, assim sendo entendemos como fundamental a manutenção dos princípios éticos durante o desenvolvimento do processo científico. Portanto, procuramos empregar essa modalidade de observação que, certamente, está de acordo com as circunstâncias e as peculiaridades da pesquisa realizada.

Dando continuidade à descrição procedimentos metodológicos como já foram apontadas as técnicas que subsidiaram a investigação, passamos a descrever as ferramentas com as quais trabalhamos no espaço de observação e estudo. Como instrumentos de pesquisa para a materialização dos dados utilizamos os seguintes recursos: caderno de campo físico e virtual (Aplicativo *Google Keep*²³), câmeras fotográficas para captação de fotos e vídeos e celular (*smartphone* Moto G8 Plus). A figura 6 abaixo traz a página digital do caderno de campo *online* utilizado para armazenamento dos dados provenientes do trabalho de campo.

²³ O *Google Keep* é um aplicativo de notas inserido no pacote de produtos oferecidos pela *Google*.

Figura 11 – Base de dados



Fonte: Elaborado pela autora, 2021

O caderno de campo é definido como um pequeno caderno onde o pesquisador ou a pesquisadora registra as observações, impressões e estratégias utilizadas na coleta de dados. Nesta investigação utilizamos o caderno de campo físico e o virtual, pois os dois instrumentos se apresentaram pertinentes a necessidade da pesquisadora, um mais adequado às visitas ao campo, o suporte físico, e o outro mais adequado a organização e armazenamento dos dados coletados.

Esta ferramenta virtual, feita no aplicativo *Google Keep*, foi selecionada para uso porque oferece a possibilidade de inserir num mesmo arquivo informações de texto, fotos, áudios, vídeos e digitalização de documentos, o que facilitou a organização dos dados. Neste suporte foram armazenadas as notas de campo, ou seja, as vivências, as práticas comunicacionais do grupo pesquisado, como também funciona como um registro da participação da pesquisadora durante as visitas ao campo empírico.

Ainda descrevendo as vantagens da ferramenta *online*, no que diz respeito à captação de material sonoro destaca-se que o *software* foi utilizado por conta da função notas de voz, este recurso permite gravar as notas em áudio e salvá-los em texto posteriormente, esse mecanismo foi essencial para a transcrição das falas das entrevistadas e entrevistados. Notamos que o caderno de campo assume uma função de relevar o caráter coletivo da pesquisa, quando as anotações trazem à luz as falas e conversações que surgem nas visitas de campo. Passos; Kastrup; Escóssia, 2009 comentam a respeito:

Podemos dizer que para a cartografia essas anotações colaboram com a produção de dados de uma pesquisa e têm a função de transformar observações e frases captadas

na experiência de campo em momentos e modos de fazer. Há transformação de experiência em conhecimento, numa circularidade aberta ao tempo que passa. Há coprodução. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2009, p. 70).

Os estudos, em análise neste aporte metodológico, evidenciam que a sinalização das técnicas consideradas pela pesquisadora é apropriada para o fenômeno pesquisado. Ao longo desta proposta a pesquisadora investiga os processos comunicativos que permeiam o universo pesquisado como quem desvenda um mapa, que ultrapassa a metáfora e indica o caminho de deslocamento das pesquisas em comunicação, apoiado nas matrizes culturais e nos espaços sociais.

4.3 DESAFIOS ÉTICOS NA PESQUISA COM SERES HUMANOS NA PANDEMIA DA SARS-COV-2 (COVID-19)

Com o avanço da pandemia da Covid-19 no país e no mundo, o isolamento social gerou no âmbito da comunidade acadêmica da UFRN a suspensão das aulas e orientação das atividades administrativas, de acordo com a Portaria Nº 452-2020-R, de 17 de março de 2020. Nesse cenário, anteriormente mencionado, como a investigação presente possui no seu cronograma a realização de uma pesquisa de campo, por conta da etapa de coleta de dados e observação empírica alguns desafios surgiram no desenvolvimento da pesquisa.

Além dos desafios de realizar a pesquisa de campo em meio a pandemia, destacamos a questões psicológicas partilhada por milhares de professores e estudantes, assim dificuldades acometeram principalmente a capacidade de escrita, que é primordial para o desenvolvimento de uma pesquisa de mestrado. O cotidiano de pesquisa e estudos, no contexto pandêmico, afetou ritmo, concentração, rotina de atividades, qualidade de sono e consequentemente a qualidade de vida da comunidade acadêmica. E o conjunto desses elementos incide diretamente na produção científica, contudo, diante dos desafios apresentados pela situação geral foi possível encontrar modelos de enfrentamento para seguir com a pesquisa e manter a modalidade de trabalho de campo.

Como toda pesquisa que lida com coleta de dados que envolva diretamente seres humanos necessita de aprovação ética, submetemos o projeto de pesquisa ao Comitê de Ética Central em Pesquisa, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (CEP/UFRN), sendo liberado o parecer consubstanciado, nº 4.945.947, com situação de aprovado em 01 setembro de 2021 (*Anexo A*). Consideram-se apreciados e aprovados pelo comitê, além da metodologia e arcabouço teórico, o Registro de Consentimento Livre e Esclarecido (RCLE) (*Apêndice A*), o

Termo de Autorização para Gravação de Voz (*Apêndice B*) e o Roteiro semiestruturado de entrevista (*Apêndice D*).

Esclarecemos e informamos as participantes e aos participantes da pesquisa que devido à pandemia da Covid-19 a pesquisadora seguiria os protocolos com medidas de prevenção e minimização de prejuízos e riscos potenciais de contaminação. Assim, para a realização das entrevistas foram seguidas as recomendações: entrevistas em local sem aglomerações, aberto e ventilado, distanciamento social de 2 metros por pessoa, uso obrigatório de máscaras, luvas e uso de álcool em gel 70% fornecido pela pesquisadora.

As medidas foram respaldadas pelo documento *Orientações para condução de pesquisas e atividades dos CEPS durante a Pandemia provocada pelo Coronavírus SARs-Cov-2 (COVID-19)*, de 09 de maio de 2020, da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep). Na página 02, o documento por meio do item 3.1 orienta que:

Aconselha-se a adoção de medidas para a prevenção e gerenciamento de todas as atividades de pesquisa, garantindo-se as ações primordiais à saúde, minimizando prejuízos e potenciais riscos, além de prover cuidado e preservar a integridade e assistência dos participantes e da equipe de pesquisa. (CONEP, 2020, p. 2).

Cabe mencionar que, diante das recomendações governamentais e da Organização Mundial de Saúde para a pandemia da Covid-19, a UFRN, através da Portaria N° 452/2020-R²⁴, em 17 de março de 2020, no Art. 2º, “autoriza as atividades de extensão e de pesquisa que, por sua natureza, não impliquem aglomeração de pessoas, cabendo aos responsáveis avaliar as condições para cumprimento das recomendações das autoridades sanitárias”.

Em síntese, o trabalho da pesquisa avançou para níveis de obtenção dos dados no campo empírico, mesmo que as mudanças sociais e acadêmicas tenham sido significativas para a evolução da dissertação. Entendemos que os novos protocolos de pesquisa referentes ao contexto da pandemia foram por outro lado oportunidades de progredir e ampliar o repertório de competências científicas. A aplicação destas competências ao conhecer o fenômeno pesquisado e o universo ao qual ele se inseri foi basilar para a compreensão e execução do método.

²⁴ O documento pode ser acessado no site: coronavirus.ufrn/documentos/.

5 A FEIRA CENTRAL DE CAMPINA GRANDE NO CONTEXTO DA FOLKCOMUNICAÇÃO E DAS EPISTEMOLOGIAS DO SUL

*Feira de Campina tem tudo que se quiser
Tem pato, tem peru, tem galinha
E tem guiné, tem prato, tem panela
Tem tigela e aguidá para quem quiser comprar
Eu aviso a freguesia tem pote
E tem pia, caco de torrar café.
(Música Feira de Campina – Major Palito²⁵)*

A seguir apresentamos os resultados da pesquisa que foram materializados pelos dados provenientes da observação participante e das entrevistas realizadas no campo empírico, para auxiliar na compreensão do capítulo realizamos uma divisão em quatro partes descritas a seguir: 1) perfil dos(as) participantes e performance folkcomunicação, 2) identificação das narrativas folkcomunicacionais verbais e não verbais na feira e 2.1) identificação dos elementos de folkpublicidade nas mediações espaciais e humanas e midiatização da Feira Central.

Na medida em que a etapa empírica da investigação avançou sua realização demandou uma articulação das técnicas, da relação com o grupo pesquisado, com as especificidades da pesquisa e com a própria escrita do trabalho final. A pesquisa também passou pelo processo de organização e análise dos dados, própria da abordagem qualitativa, trata-se de um procedimento que inclui a codificação do material coletado, isto é, os dados passam por um tratamento classificatório, organizativo, interpretativo e analítico.

Logo após o amadurecimento das questões metodológicas e a inserção no campo permitida pela pesquisa exploratória estabelecemos critérios para a validação dos dados coletados. Após a transcrição dos dados gerados na pesquisa de campo para organizar a análise dividimos o material coletado em quatro partes já citadas acima. Articulamos ainda categorias de análise comunicacionais, culturais e sociais, por meio de indicadores que nortearam o processo de interpretação: 1) comunicação visual/verbal, 2) interação social/cultural, 3) circuitos comunicacionais simbólicos, 3) religiosidade, 4) cultura tradicional/ inovação e 5) mediações e midiatização.

²⁵ Palhaço mais atuante da história circense de Campina Grande, Manoel Cabral da Silva, o Major Palito foi um artista de rua que se apresentava nos bairros de Campina Grande inclusive na Feira Central, morreu em 2016 aos 84 anos.

Com a aplicação da taxonomia da folkcomunicação com base em Marques de Melo (2008), validada pela cartografia simbólica, na composição das narrativas folkcomunicacionais das feiras livres se descortina uma saída para superar ou amenizar o processo de colonização. Apontamos que esse procedimento metodológico permite tanto compreender as bases dessa cultura popular quanto as rupturas e ressignificações dessa cultura marginalizada investigada, portanto, trilhar esse caminho pôde revelar as subjetividades que estão fora das estruturas coloniais de poder sustentadas pelo modelo social e político nortecêntrico.

“A feira emana muitos cheiros, cores e sons. Os diversos temperos, pescados, as frutas, as flores estimulam nossos sentidos quando para ela estamos a caminho”. (SATO, 2012, p. 25). Na feira livre somos afetados visualmente por uma intensa profusão de cores, formas e texturas, os sons muito vivos anunciando tanto as múltiplas ofertas como a alma da feira livre nos mostra que “a forma simbólica constrói o público, chama o público”. (GONZÁLEZ, 2011 p. 161). Assim, a feira livre se institui, por excelência, em um império de diversidade cultural e social, sendo possível percebê-lo através das práticas e dinâmicas próprias dos habitantes desse território existencial.

5.1 PERFIL DOS(AS) PARTICIPANTES E PERFORMANCE FOLKCOMUNICACIONAL

5.1.1 Labirintos da Feira das Feiras

As feiras livres se constituem como importantes referências que demarcam a formação dos caminhos e da formação das cidades no Brasil, dessa maneira podemos considerar que elas consolidam identidades locais e ao mesmo passo distribuem conhecimentos e objetos que explicitam a diversidade cultural que compõe sociedade brasileira. No país existem feiras que são tão ricas tanto no que diz respeito às influências econômicas e quantos às referências culturais que se enraízam no cotidiano de diversas comunidades e segmentos sociais, estando presentes em vivências coletivas no âmbito do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas sociais da vida da população urbana e rural, sendo ao mesmo tempo lugar de pechincha entre feirantes e fregueses e lugar de intensas manifestações artísticas e políticas. É o que encontramos na famosa Feira Central de Campina Grande, na Paraíba. (IPHAN, 2017).

Em busca de descrevermos o que se encontra nesta feira livre tão expressiva logo de início observamos que a feira se subdivide em setores ou micro feiras. Em termos de espaço e localização a feira possui uma expressividade significativa ocupando um espaço de aproximadamente 75.000 m² (setenta e cinco mil) distribuído por nove ruas e um espaço edificado, o Mercado Central, estando localizada no bairro do Centro. As ruas que compõem a feira são as seguintes: Rua Deputado José Tavares (Entrada principal), Rua Antônio Sá (Feira

de roupas e calçados), Rua Manoel Farias Leite (Rua das flores e Largo do Pau do Meio), Rua Cristóvão Colombo (Rua de barracas de refeições), Rua Marcílio Dias (Rua dos queijos, doces e bolos).

Além destes encontramos o Mercado Central (Feira de carnes, peixes, bares, bodegas e restaurantes, posto da polícia militar, unidade básica de saúde e espaço cultural), Rua Pedro Álvares Cabral (Rua lateral do Mercado Central), Rua Dr. Carlos Agra (Rua de trás do Mercado Central), Rua Antônio Pereira (Rua de bares e bordéis) e Rua Manoel Pereira de Araújo (Rua das aves, raizeiras e onde está o prédio do antigo Casino El Dorado). Mesmo destacando esta divisão espacial da feira é preciso atentar para o movimento dinâmico que o lugar possui, ou seja, percorrer ruas que fazem a feira é passar por um emaranhado de caminhos que levam sempre o caminhante onde ele pretende chegar. Sato (2012) comenta sobre a forma de organização da feira livre que:

A feira livre é uma “bagunça”, porque, quando as regras emergem, não se fazem valer de uma vez por todas; cada banca é singular, cada feirante tem um jeito diferente de trabalhar, são diversas as relações de trabalho existentes, são várias as pessoas que “habitam” a feira. Por outro lado, é organizada porque os acontecimentos se processam segundo uma rotina e uma ordem previsíveis, em parte por determinações legais e, em parte, por regras consuetudinárias que se cristalizam. (SATO, 2012, p. 174).

Na tentativa de ter a dimensão da dinâmica da Feira Central objetivamos, no trabalho de campo, estabelecer pontos de observação que nos permitissem ver e estudar o recorte do fenômeno. De início, a atenção esteve focada em realizar um mapeamento do conjunto da feira (o todo), assim identificando mecanismos de funcionamento da estrutura física e metafísica composta pelas bancas e feirantes, bem como pelos demais frequentadores (partes), dando ênfase na identificação dos processos comunicativos utilizados pelos feirantes para se comunicarem com os fregueses e as freguesas. Logo após, seguindo o itinerário de visita e investigação, a observação ocorreu em pontos específicos: na feira de verduras e frutas na entrada principal, na barraca de Bibi Lanches, no Mercado Central dentro do espaço cultural, na feira de alimentação e na feira de roupas e calçados na esquina das bancas de cigarro.

No mundão de coisas da feira constituído do amontoado e coloridos das pessoas, de suas barracas e lojas, nas mercadorias expostas em bodegas, ruas, calçadas onde estão presentes circuitos comunicacionais, que dispõem de estratégias simbólicas para operar processos folkcomunicativos genuínos e mediações tanto humanas como espaciais, além da crescente mediatização da Feira Central.

Ao chegar pela entrada principal da feira vindo pela Rua Afonso Campos nos deparamos com feirantes de frutas e verduras vendendo seus produtos no chão ou em carroças de mão, e

outros em suas bancas, no local o barulho das ofertas, das falas de fregueses e feirantes torna essa entrada bem característica do lugar. Nesse ponto estamos localizados no cruzamento da Feira de frutas e verduras (Rua Deputado José Tavares) com a Feira de roupas e calçados (Rua Antônio de Sá). Vários feirantes de frutas e verduras vendem seus produtos utilizando carrinhos de mão ou mesmo nas calçadas das lojas, como já conhecem os pontos de maior fluxo de fregueses se instalam e às vezes também se locomovem de acordo com a necessidade de compras.

Figura 12 – Entrada principal pela Rua Afonso Campos



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Descendo em linha reta pela feira de frutas e verduras que se interliga a Rua Pedro Álvaro Cabral podemos encontrar duas filas de bancas que compõem um longo corredor onde transitam pessoas, carregadores, motos todos num compasso frenético próprio do horário matinal da feira. No local há uma variedade de frutas e verduras expostos como: banana, laranja, manga, limão, acerola, caju, cajá, graviola, uva, pinha e muitas outras. Também podemos encontrar verduras e tubérculos como: tomate, cebola, alho, batatinha, inhame, batata doce, cenoura, beterraba, cará, macaxeira além de uma diversidade de temperos e ervas.

Figura 13 – Feira de frutas e verduras



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Nesse longo corredor também é possível encontrar lojas de calçados, de roupas, de variedades, granjas e barracas de lanches, variedades e roupas, os mesmos produtos podem ser encontrados na Rua Cristóvão Colombo quando viramos à direita para chegar na Feira de queijos, bolos e doces (Rua Marcílio Dias).

Aqui são encontrados boxes, localizados na parte de fora do Mercado Central, que comercializam produtos derivados do leite como queijo de coalho, queijo de manteiga, manteiga de garrafa, nata e os diversos tipos de bolos, ligado ou engorda marido, pé-de-moleque, fofo, de macaxeira, mandioca, de coco, de laranja e sordas, sequilhos, castanhas e variados biscoitos. Além desses produtos estão à venda também os doces de diversos tipos: de goiaba, de mamão, de leite, de ameixa, de jaca, de batata doce, de banana, de caju, quebra-queixo, rapaduras batidas, mel de abelha e muitos outros itens tipicamente encontrados nas feiras nordestinas.

Figura 14 – Feira de queijos, doces e bolos



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Figura 15 – Banca de biscoitos



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

No Mercado Central podemos encontrar as feiras de carnes de boi, de porco, de aves e de peixes e frutos do mar, a maioria dos comércios são boxes feitos de alvenaria que dividem o local com bodegas, bares e algumas bancas de verduras, frutas e de cereais diversos. Dentro do Mercado Central a parte edificada da feira encontramos o espaço cultural Dia do Rojão ambiente que é organizado pela secretaria de cultura, educação, serviços urbanos e meio ambiente, assim durante todo o ano é realizada uma programação de apresentações artísticas e

culturais como: teatro, capoeira, quadrilhas, danças, músicas regionais, blocos carnavalescos, cordelistas, repentistas, emboladores de coco, forrozeiros entre outros.

No local encontramos um posto da Sesuma, um posto do Programa Saúde da Família (PSF) e um posto da Polícia Militar, podemos perceber também que o Mercado Central funciona como um centro de atividades relacionadas a feira, mas que estão ligadas tanto aos órgãos administrativos municipais, organizações não governamentais, sociedade civil, entidades religiosas quanto ao convívio dos feirantes e das feirantes, dos fregueses e das freguesas no meio social da feira. Esse espaço funciona como palco para aglutinar manifestações da cultura popular e projetá-las para as mídias sociais o que denota o envolvimento ativo dos organizadores da feira com o processo de midiatização do fenômeno cultural e social.

Outro aspecto relevante é o papel concentrador que o local desempenha, uma vez que muitas pessoas que transitam pela feira sempre visitam o Mercado Central que possui um poder atrativo para os frequentadores da feira, muito disso se deve ao ambiente acolhedor que serve como descanso do clima quente do interior da feira, também é um lugar de buscar informações ou mesmo como lazer para quem procura ouvir músicas ou tomar alguma bebida nos bares do lugar.

Figura 16 – Espaço cultural do Mercado Central



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022

Saindo do Mercado e seguindo pela Rua Doutor Carlos Agra encontramos vários boxes de lanches e de grãos, onde trabalham um pessoas que descarregam mercadorias dos caminhões

para abastecer os comércios da feira. É um dos pontos sempre muito agitados durante o funcionamento da feira, sendo um espaço compartilhado por trabalhadores, carros e caminhões.

Entre a feira de calçados e roupas e a feira de peixes fica localizada a feira de alimentação composta por restaurantes, barracas e bares, muito embora existam bancas de refeição e lanches pelos vários setores da feira. E encontramos diversos vendedores ambulantes que circulam pela feira vendendo quentinhas, café, chá, bejú, as refeições estão presentes em todos os recantos da feira o que demonstra a forte presença da culinária local. A feira de alimentação, bem como a Feira Central recebem frequentadores e clientes variados sendo estes, feirantes, fregueses, negociantes, prestadores de serviço, funcionários de estabelecimentos próximos à feira e visitantes.

Subindo a Rua Doutor Antônio Sá no cruzamento da feira de roupas e calçados com a feira de flores entramos numa rua onde estão à venda muitos artigos de artesanato local, panelas de barro, cestos e chapéus de palha, brinquedos de lata, também nesse cruzamento sentimos o cheiro forte de cigarro e de fumo típico desse ponto da feira, onde estão localizadas bancas que vendem estes produtos. Caminhando um pouco mais nessa rua podemos encontrar à venda artigos de religião com matrizes africanas e logo em seguida chegamos na Feira de Flores (Rua João Manoel Farias Leite), um lugar colorido e perfumado com uma variedade de flores, cestas e buquês.

Figura 17 – Peças de artesanato de palha



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2020.

Figura 18 – Peças de artesanato de barro



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2020.

Figura 19 – Feira de Flores

Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2020.

Figura 20 – Feira de Flores

Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2020.

É relevante ressaltar a Feira Central dentro do contexto da pandemia da Covid-19, sendo que a crise sanitária afeta de forma significativa o funcionamento do comércio livre, pois é próprio da feira o contato mais próximo, as aglomerações são parte integrante da compra e da venda. Contudo, observamos que os espaços das feiras livres urbanas possuem uma condição de fragilidade o que é proveniente de questões sanitárias insalubres, esse fato aliado às típicas aglomerações sociais da feira se mostrou incompatíveis com as orientações de isolamento e distanciamento social divulgadas pelos órgãos de saúde responsáveis pelo controle da pandemia.

Ao longo das observações na Feira Central foi possível ver que o governo municipal e a administração da feira implantaram medidas contra a proliferação da Covid-19 como: instalação de pontos de higienização, distribuição e uso obrigatório de máscaras e álcool gel, campanhas de conscientização e vacinação contra o vírus. Mesmo assim, os reflexos da pandemia e do isolamento social são sentidos diretamente pelos feirantes, a maioria deles não dispôs de condições adequadas para parar o trabalho durante a crise sanitária e viram o isolamento e o alto risco de contaminação serem presença constante no seu dia a dia. Podemos ver abaixo algumas medidas de combate ao vírus promovidas pela campanha Campina unida contra a Covid-19 da Secretaria de Saúde de Campina Grande.

Figura 21 – Pontos de higienização

Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2020.

Figura 22 – Vacinação contra a Covid-19 no Mercado

Fonte: @feiracentrlcgpb, 2021.

Podemos pensar, então, 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. Espaços que, como dito por Careri, compõem uma cidade paralela – viva, dinâmica e persistente. (DIAS, 2020).

5.1.2 Caracterização dos(as) feirantes

Neste ponto essencial da pesquisa, buscamos observar o perfil dos participantes numa tentativa de entender quais as características de cada um e suas respectivas práticas comunicativas cotidianas na feira. As sistematizações foram feitas a partir do aprendizado durante o trabalho de campo por meio do diário de campo e entrevistas realizadas para subsidiar a materialização da análise de dados empíricos, sendo possível destacar que as relações sociais no âmbito da Feira Central são permeadas por interações face a face, intercâmbios de conhecimentos e que tal prática “[...]depende dos laços que são tecidos e reafirmados a cada dia de feira.” (VEDANA, 2013, p. 43).

Com relação à quantidade de contatos com feirantes entrevistados(as), as pessoas que colaboraram nessa fase foram cinco feirantes e o gerente da feira, dessa forma, respeitamos a disponibilidade de participação diante do convite feito pela pesquisadora, pois nem todos possuem a disposição e vontade de participar, aliado a isso algumas pessoas se sentem intimidadas em assinar os termos de consentimento que são necessários à realização das entrevistas. Dessa maneira, organizamos a seguir os dados colhidos em campo referentes aos(às) feirantes que colaboraram buscando atender ao objetivo específico que indica perfilar os agentes folkmediáticos presentes no cenário do evento cultural e social em análise.

Quadro 05 – Identificação de feirante

Dados do entrevistado	
Nome: Luiz Carlos Costa ou Luiz da Revista	Tempo de trabalho: 52 anos
Idade: 65 anos	Localização: Rua Cristóvão Colombo, 288
Ocupação: Feirantes de variedades	Horário de Trabalho: 05:00 às 17:00
Nome da banca: Banca de Luiz da Revista, nº 288	Setor: Verde
Data e horário: 18/02/2022, 10:00	Número de funcionários: 01

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Ao chegar no início da Rua Cristóvão Colombo a banca de Seu Luiz da Revista chama muita atenção, pois estão expostos muitos livros, revistas e cordéis além de uma variedade de produtos que mesclam o cenário. A receptividade do Seu Luiz foi muito boa na minha chegada logo me apresentei, expliquei os objetivos da entrevista e ele foi muito aberto a proposta, como o próprio feirante relatou já receber visitas de turmas de escolas da cidade ele sempre é entrevistado, esse fato foi um facilitador para a realização da coleta de dados.

Seu Luiz trabalha na banca de segunda a sábado desde 1970 e conta que herdou o ponto de sua mãe, assim ele mantém um trabalho iniciado por ela, mas comenta que seus filhos trabalham em outras áreas e provavelmente não seguirão o mesmo ofício. Com relação aos produtos, o principal com o qual ele trabalha são as revistas, mas também comercializa diversos produtos de variedades como: livros, cordéis, adesivos, brinquedos, sacolas, bolsas, carteiras, itens de artesanato e muito outros produtos.

Ao pensar nos valores culturais que a Feira de Campina Grande comporta encontra-se inúmeros exemplos a começar pela origem da própria cidade. Destacam-se entre eles os valores culturais hereditários que reúnem gerações de feirantes resistindo a todos os impactos da modernidade e, “driblando” a concorrência, com estratégias de sobrevivência. A sua ambiência de feira labirinto, promove relações de sociabilidade, trabalho, diversão e lazer. (ARAÚJO, 2020). Logo abaixo podemos ver nas fotos 25 e 26 o feirante em seu local de trabalho.

Figura 23 – Seu Luiz da Revista



Fonte: Ermaela Cícera Freire, 2022.

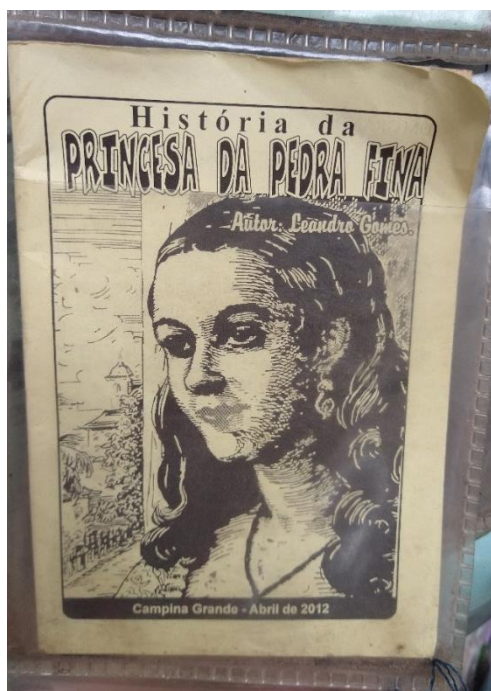
Figura 24 – Parte interior da banca



Fonte: Ermaela Cícera Freire, 2022.

Quando questionado sobre as estratégias utilizadas para chamar atenção dos clientes o feirante destacou que *eu tenho muito conhecimento aí meus fregueses já são certos* o que denota uma questão interessante nas relações sociais existentes dentro da feira, as formas de Seu Luiz vender e se comunicar está mais ligada a exposição dos produtos na banca e na relação duradoura e de confiança com os seus clientes. Ao receber a pergunta: *o senhor usa alguma rede social facebook, instagram, internet para divulgar a barraca do senhor?* o feirante responde que: *não*, assim percebemos que a convergência das novas mídias digitais não é uniforme, ou seja, existem produtores da cultura popular que ainda não aderiram ao processo de atualização da folkcomunicação.

Contudo, outros elementos midiáticos estão presentes na banca, o feirante afirma *eu deixo ligada a televisão pra assistir o jornal ou ver alguma coisa, eu coloquei no desenho hoje porque tinha um menino aqui assistindo*. Podemos perceber também uma resistência a um movimento de atualização das formas de pagamento dentro da feira, o feirante não aderiu ao pix por exemplo, nem pagamentos feitos com cartões de crédito ou débito, mas mantém uma dinâmica de venda e troca. Durante a conversa ele revelou ainda que no seu comércio havia a prática de vender fiado com base na relação de confiança entre feirante e freguês, mas ele declara que: *antigamente eu vendia, mas perdi muito aí deixei*. Nas figuras 25 e 26 podemos ver exemplares de literatura de cordel expostos na banca de Seu Luiz da Revista.

Figura 25 – Cordel de Leandro Gomes de Barros

Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2020.

Figura 26 - Cordéis de Seu Luiz da Revista

Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2020.

O feirante diz que gosta muito de trabalhar na feira, como já está no ofício há muitos anos já se acostumou e chega sempre cedinho para montar a banca, que leva cerca de uma hora para arrumar tudo, assim ele passa o dia inteiro no local fechando o ponto às 17:00 horas. Para ele o dia mais movimentado para as vendas é o sábado quando o fluxo de pessoas na Feira Central é muito maior.

Quadro 06 – Identificação de feirante

Dados da entrevistada	
Nome: Eunice Gouveia Ferreira Silva ou Nice	Tempo de trabalho: 10 anos
Idade: 36	Localização: Mercado Central
Ocupação: Feirantes de calçados	Horário de Trabalho: 07: às 17:00
Nome da banca: Luck Calçados	Setor: Mercado Central
Data e horário: 26/07/2022, às 13:00	Número de funcionários: 2

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Com sete anos eu vinha com meu avô e com meu pai aí aprendi a ter gosto por vender as coisas, meu avô tinha um banco de frutas aí ele me mandava ajudar e eu apurava 15,00 e ficava feliz da vida. Ele me deixava vender e depois eu comprava as coisas pra mim e fui me acostumando e fui ficando adolescente e comecei a vender Avon, já vendi roupa de Santa Cruz

pra mim mesma e vendo calçados até hoje por fora. Eu vinha pra feira com meu avô quatro horas da manhã e chegava em casa sete horas da noite diga aí. Meu avô vendia fruta, meu pai era da Feira da Prata e meu filho trabalha num mercadinho dentro daqui da feira. Assim a feirante de calçado Nice conta sua história de vida ligada a tradição de trabalhar e viver da feira, ela faz parte da terceira geração de feirantes e conta que seu filho também trabalha na Feira Central.

Moradora do sítio Floriano da cidade vizinha de Lagoa Seca, Nice realiza o trajeto que dura 25 minutos por viagem para chegar da sua casa até o trabalho. Assim, percebemos que Nice representa um conjunto de feirantes que realizam o processo de migração pendular vindo de 20 cidades (Boa Vista, Pocinhos, Pedra Lavrada, Boqueirão, Barra de Santana, Alcantil, Puxinanã, Montadas, Esperança, Lagoa de Roça, Lagoa Seca, Alagoa Nova, Matinhas, Massaranduba, Serra Redonda, Riachão do Bacamarte, Ingá, Itabaiana, Alagoinha e Lagoa de Dentro) fora de Campina Grande. “O movimento pendular ou migração pendular conecta duas localidades e impacta diretamente no desenvolvimento financeiro dos envolvidos, como também nas relações que estabelecem com o território que vivem”. (SOUZA, 2019, p. 28).

“A migração pendular é um fenômeno urbano que se manifesta predominantemente na concentração de atividades produtivas em determinado espaço, obrigando pessoas a se deslocarem diariamente de periferias ou regiões com economia fragilizada para os centros de valor”. (LOBO, 2016 *apud* SOUZA, 2019, p. 15). De acordo com Souza (2019) por meio do mapa da migração pendular da Feira Central de Campina Grande traz que de um total de 802 comerciantes que realizam a migração pendular 45%, ou seja, 366 comerciantes são da cidade de Lagoa Seca. Isso pode ser explicado tanto pela proximidade entre as cidades, pois Lagoa Seca fica há cerca de 9,5 quilômetros de Campina Grande, quanto pelo fato de a cidade fazer parte da zona do Agreste paraibano onde a produção de produtos para abastecimento das feiras é significativa.

Quando questionada sobre o trabalho na feira a feirante relata que: *trabalhando aqui a gente fica mais próximo do cliente, conversando e vai criando um certo tipo de carinho também. É diferente de uma loja de fora da feira, aqui o cliente chega, senta e diz tô precisando disso ou daquilo, aí você vai e entende às vezes o cliente acaba levando o produto só pela atenção que recebe.*

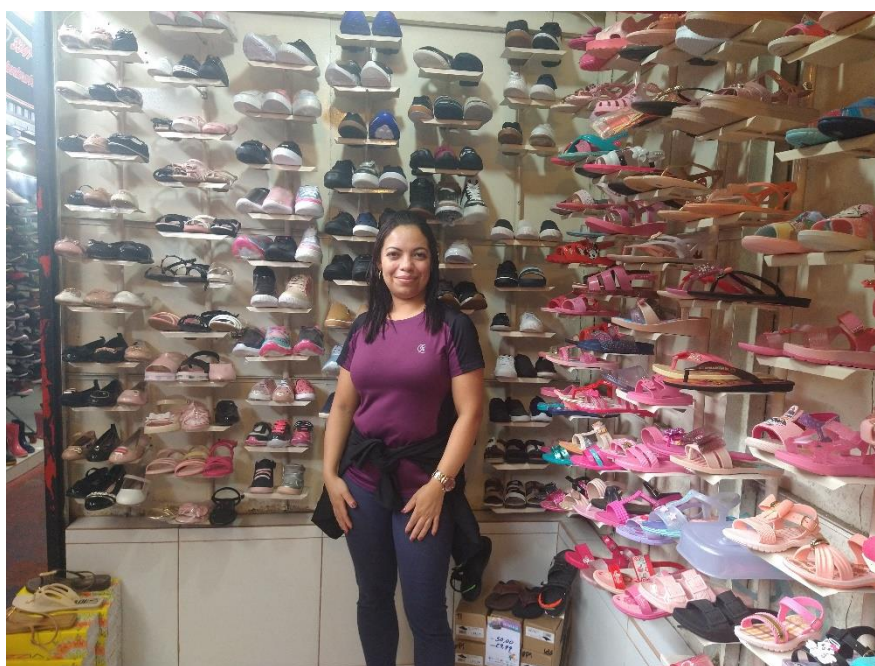
Nice trabalha de segunda-feira a sábado na Luck Calçados no horário das 07:00 horas às 17:00 horas, a vendedora conta que ao chegar na loja a primeira tarefa é fazer a limpeza do lugar, logo após ela fica aguardando os clientes virem. Como a loja fica dentro do Mercado

Central no corredor das lojas de calçados, geralmente o movimento de pessoas é constante porque é um local de fluxo de frequentadores da feira.

Sobre a exposição dos produtos Nice fala que: *a gente sempre tá mudando as mercadorias, chegam muitos calçados e sempre tem gente passando principalmente dia de feira quinta, sexta e sábado, aí tem que ter atrativo.*

Com relação a como chamar a atenção dos(as) clientes a feirante revela que percebe quando o(a) cliente tem interesse ele passa mais devagar e olhando com mais atenção os produtos, então ela conta que aborda o cliente e faz perguntas em busca de descobrir o que estão á procura. A loja também utiliza a rede social oficial @luckcalçados_ para fazer divulgação dos calçados, contudo Nice conta que a maioria das vendas é feita diretamente na loja. Nas figuras 29, 30 e 31 podemos ver a feirante em negociação com clientes e a fachada da loja.

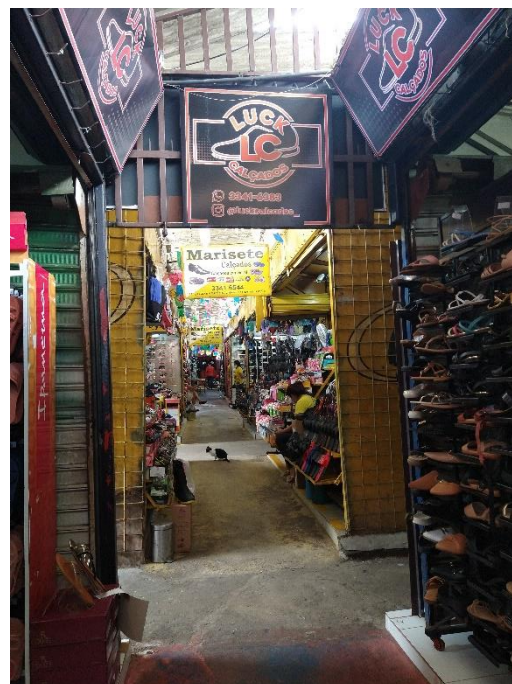
Figura 27 – Feirante de Calçados Nice



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Figura 28 – Nice atendendo clientes

Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Figura 29 – Fachada da Luck Calçados

Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Quadro 07 – Identificação de feirante

Dados da entrevistada	
Nome: Maria do Socorro Pereira	Tempo de trabalho: temporário
Idade: 61 anos	Localização: Rua Manoel Farias Leite
Ocupação: Feirantes de artesanato	Horário de Trabalho: 06:30 às 15:00
Nome da banca: Central do Artesanato	Setor: Rosa
Data e horário: 26/07/2022, às 08:00	Número de funcionários: 2

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Ao chegarmos na Rua das Flores somos atraídos pelo aroma e pela cor das bancas que comercializam flores, arranjos e presentes, seguindo por essa rua encontramos alguns feirantes de frutas e uma loja/banca de artesanato muito atrativa, a Central do Artesanato. É o lugar onde Dona Socorro e Seu Antônio trabalham de segunda-feira a sábado das 06:30 às 17:00 horas. Na montagem e desmontagem da banca a feirante revela que leva de uma hora a uma hora e meia para organizar tudo no lugar. *Eu e meu marido estamos trabalhando a poucos dias aqui na feira porque o meu cunhado que é o dono está doente sabe. Ele tava internado teve trombose e nós estamos cuidando por enquanto*, comenta Dona Socorro. Abaixo na figura 33 podemos ver a parte de fora da banca/loja.

Figura 30 – Banca montada em frente à loja física



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Na loja podemos encontrar uma diversidade enorme de produtos artesanais como: peças de cerâmica, de madeira, de couro, além de uma diversidade de cestos e artigos e palha que são muito procurados pelos(as) fregueses(as) que chegam na loja. Chapéus, chinelas de couro, filtros de barro, chaveiros, bolsas, vassouras, brinquedos, artigos de decoração no estilo regional, abanadores, bonecas feitas de fuxico, carros e caminhos de frande²⁶, abanadores e esteiras de palha, bolas de gude, colheres de pau, tamboretas, cabides, arupembas²⁷, cordas são exemplos dos produtos que estão à venda na loja.

Na gama de produtos artesanais que compõe o acervo desse comércio estão impressos elementos constitutivos da identidade do povo campinense, como exemplo disso podemos destacar o artesanato proveniente da cultura indígena e nordestina, sendo assim são preservados valores saberes, ofícios e manifestações de caráter artístico e coletivo.

De acordo com Dona Socorro os produtos são provenientes dos estados do Pernambuco e Ceará e são adquiridos por meio de atravessadores ou negociantes. Ao ser questionada sobre as formas que eles utilizam para atrair os clientes ela disse que: *os clientes já vem procurar direto essa loja porque ele é muito conhecida, então geralmente quem vem já sabe onde é, ou então vai perguntando as pessoas e chegam aqui.*

²⁶ Material metálico utilizado como matéria-prima para utensílios domésticos e artesanato na região Nordeste.

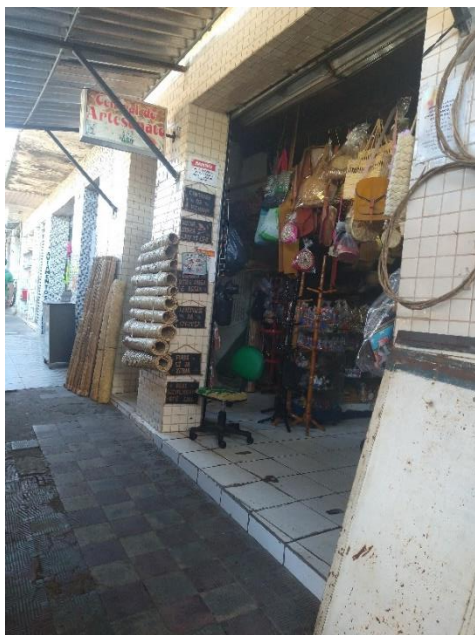
²⁷ A palavra tem origem no termo tupi urupema e quer dizer peneira feita de palha trançada, esse utensílio é muito utilizada na região Nordeste sendo confeccionada principalmente no formato redondo, mas pode ser encontrada nos formatos quadrada e triangular. Com relação a sua utilização pode ser empregada na culinária para peneirar alimentos secos como farinha, goma de tapioca, fubá e é usada também como peça de ornamentação de ambientes.

Com relação a utilização de rede sociais para divulgação dos produtos a feirante comenta que não utilizam as novas mídias e que: *a melhor divulgação é o boca a boca visse, o melhor comercial que tem é de boca a boca*. Notamos que a Central do Artesanato tem um vasto acervo de produtos artesanais se destacando das outras lojas do mesmo segmento na feira, e durante a observação percebemos realmente que muitos clientes chegam até a loja pela propaganda que é feita de pessoa a pessoa. Entendemos assim que está presente a mídia primária que se traduz como toda comunicação presencial, em que os interlocutores estão inseridos em um mesmo contexto, esse processo comunicativo é sediado no corpo, principalmente na fala (PROSS, 1997), é o que Levy (1993) denomina de modo de interação um-um.

Neste cenário, a comunicação ocorre na oralidade e a recepção é a memória do corpo, por meio de gestos, sons e palavras, o consumo por sua vez é coletivo e se mistura a produção econômica de bens materiais e simbólicos. Então na mídia primária, o consumo e a recepção são essencialmente presenciais e espontâneos, materializados no corpo como suporte em uma conjuntura única de interlocução. Pensando social e cognitivamente a mídia primária se mostra como fator determinante para o surgimento da história, da memória social, do pensamento científico objetivo. (BOLSHAW, 2014).

Logo abaixo nas figuras 34 e 35 vemos a frente da loja e alguns produtos de caráter cômico.

Figura 31 – Fachada da Central do Artesanato



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Figura 32 – Produtos da loja



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Quadro 08 – Identificação de feirante

Dados do entrevistado	
Nome: Simone Matias	Tempo de trabalho: 5 anos
Idade: 36	Localização: Rua Cristóvão Colombo
Ocupação: Feirantes de verduras	Horário de trabalho: 07:00 às 18:00
Nome da banca: não possui	Setor: Verde
Data e horário: 27/07/2022, às 13:00	Número de funcionários: 1

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Simone Matias moradora do sítio Pau Ferro de Lagoa Seca (PB) trabalha há cinco anos com o marido na Feira Central, sua banca de verduras fica localizada na Rua Cristóvão Colombo, nesse setor a concentração de bancas de hortifrutis é expressiva, mas esse tipo de produto pode ser encontrado a venda por toda a feira. A feirante conta que opta por vender apenas verduras, pois vender frutas para ela não tem vantagem, na banca podem ser encontrados os seguintes produtos: alho, cebola branca, cebola roxa, pepino, tomate, chuchu, batatinha, alface, coentro, cebolinha, cenoura, pimentão, repolho, couve, pimenta de cheiro, abobrinha e beterraba.

Simone trabalha de terça-feira a sábado na feira chegando às 07:00 horas da manhã e fechando a banca às 18:00 horas, a vendedora conta que demora em torno de meia hora a cada montagem e desmontagem, e conta que as mercadorias ficam guardadas dentro do ponto que não é de propriedade dela é alugado pelo casal. *Eu embalo tudo e guardo aqui no ponto mesmo, é seguro tem vigia aqui na rua. Eu pego tudo pra revender da Seasa. E só vendo verduras porque vender frutas dá muito trabalho* diz Simone.

Eu vendo meus produtos gritando mesmo tem de 1,00 e de 2,00, tem de 1,00 e de 2,00, é assim eu anúncio minhas verduras. A minha comunicação é só aqui mesmo na banca. Além da fala para atrair a freguesia, a exposição das verduras também faz parte do conjunto de estratégias que a feirante utiliza para vender seus produtos. Observamos que as relações de amizade e confiança também são importantes para manter a freguesia cativa, é comum os(as) fregueses(as) comprarem as verduras e pedir a Simone para guardar enquanto fazem outras compras na feira.

Com relação às formas de pagamentos aceitas na banca a feirante conta que recebe: *no dinheiro e no pix também, mas prefiro no dinheiro é melhor que recebe na hora, o pix às vezes a internet tá ruim o sinal ou a pessoa diz que vai fazer depois. E se cair numa conta errada já era.*

Figura 33 – Moedas de troco da feirante

Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Figura 34 – Produtos expostos à venda

Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Quando questionada sobre o seu trabalho de feirante Simone diz que: *Gosto muito de trabalhar na feira, coisa boa é fazer o que você gosta. Quando você trabalha com boa vontade tudo é bom, tudo dá certo. Aqui na feira é tão tem tudo, eu adoro tá aqui, esse foi o serviço que eu mais gostei eu já trabalhei em outros cantos. Eu trabalhava em casa de família, aí saí e vim pra cá, mas falar de querer tá lá pra aqui eu prefiro tá aqui. Aqui na feira é bom mulher.* Na figura 35 vemos a feirante na sua banca de verduras.

Figura 35 – Feirante Simone organizando os produtos na banca

Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Figura 36 – Feirante Simone atendendo freguesa



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

5.2 IDENTIFICAÇÃO DAS NARRATIVAS FOLKCOMUNICACIONAIS VERBAIS E NÃO VERBAIS

As redes de relações sociais se estabelecem desde o processo de montagem da feira até seu término. A montagem das barracas causa uma diferença espacial e sonora significativa no dia a dia da vizinhança que abriga o evento. Negociações entre os feirantes e a vizinhança são necessárias para que se estabeleçam regras de convivência que minimizem possíveis problemas causados pelas atividades da feira. Relações de amizade entre feirantes, entre feirantes e vizinhança e entre feirantes e clientes se criam, todas elas tendo como fio condutor a ação de vender e comprar alimentos em um evento que apesar de parecer caótico possui regras e estruturas de funcionamento muito específicas. (RIZZO, 2009).

Nesse sentido, na reflexão das narrativas comunicacionais existentes no âmbito da Feira Central destacamos os seguintes elementos: informação oral e visual, estruturas enunciativas, gritos, cantos de trabalho (linguagem), exposição dos produtos, caráter gestual, anúncios artesanais (o poder do visual nas vendas) e estratégias de caráter simbólico. Além destas, destacamos os sistemas sociais comunicacionais: as relações de amizade e trabalho, os processos folkcomunicacionais, de mediações e de mediação da feira livre pesquisada. Podemos ver as estratégias da fala dos(as) feirantes expressas no cordel *Trabalhadores da Feira Central* de Tiago Cordeiro feirante e cordelista que trabalha na Feira Central:

Tem o vendedor que grita
Pra vender o seu produto Calado?
Nem um minuto!
Assim a feira se agita
Sua conversa bonita
Convence qualquer "cumpade"

Se for mulher é "cumade"
 Vende inventando maneira
 O Trabalhador da Feira Central
 da nossa Cidade! (CORDEIRO, 2020, s/p).

Podemos perceber no universo da Feira Central que existem “fios invisíveis que vinculam as pessoas que fazem a feira livre.” (SATO, 2012, p. 176). Tais fios atravessam e se entrelaçam por todo o território, assim fica claro o quanto as expressões da fala de quem participa da feira são preponderantes para construir o fluxo comunicativo próprio do local. Durante as observações do cotidiano do lugar é possível identificar diversas construções enunciativas típicas do linguajar popular das feiras livres. Os olhares no comércio da feira são mais intensos, dessa forma a oferta é mais espontânea e dispõe de uma comunicação aberta e autêntica, quando os(as) feirantes percebem o interesse e o olhar para a mercadoria de alguma pessoa já introduz o chamamento:

— *Diga aí amiga quer dar uma olhadinha nas sandálias nos sapatos. Tem promoção hoje.*

É muito comum que os modos de tratamentos sejam feitos com ar de intimidade, já que o ambiente tem suas próprias características de proximidade e laços afetivos com os(as) clientes, então sempre se ouve:

— *Diga jovem! qualquer pacote de verdura é 1 real.*

— *Diga meu amor vai levar o que hoje?*

— *Boné aí madame!*

Podemos observar e ver que a forma de chamar atenção das pessoas associa gritos, batidas de palmas estridentes e um modo de falar bem popular, que se aproxima dos(as) fregueses e ainda demonstra um modo característico e livre de fazer a propagando dos produtos à venda. Assim, destacamos alguns exemplos:

— *70 qualidade de verdura não é 7 é 70.*

— *Bora a bacia de caju é 5,00 real é 5,00 real, uma é 5,00 e duas é 8,00, eita a galinha boa tem viu chega aqui pra barraca do boi deitado, isso aqui não é banda de bode não isso aqui é galinha! Galinha matriz novinha pra cumê com feijão verde.*

É muito comum nesse ambiente os(as) fregueses serem atraídos pelas bancas de frutas e verduras, pelos chamamentos, o colorido é muito chamativo e logo você ouve os diálogos:

— *O abacate é a quanto?*

— *É a 2,00 e três é 5,00!*

— *Quanto é o maracujá hein?*

— *É 5,00 eu vendo seis por 5,00 tem lugar que sete é a 10,00.*

Percebemos que os feirantes conversam muito entre si sobre diversos assuntos e criam relações de afeto com clientes, muitos aos se encontrarem se cumprimentarem de forma muito familiar e engraçada. Certa vez em uma visita presenciei um cliente ao encontrar dois feirantes que disse assim:

— *Aí é vida mansa os dois donos de sítio, os cavalos lá só comendo e eles aqui só de papo.*

Outros conversam entre si em tom de brincadeira recebem os colegas de trabalho dizendo:

— *Vai trabalhar não chegando oito horas na feira.*

Um ponto interessante também é a sabedoria dos(as) feirantes a respeito da qualidade e da fabricação dos produtos, isso acaba se tornando um mecanismo de controle de qualidade, ao percorrer as ruas da feira ouvimos muitas dicas que são passadas para os(as) clientes, como por exemplo essa sobre a qualidade do cará e sobre a fabricação de queijo:

— *Sendo amarelo a pessoa nem compre, mas sendo branquin o cará pode levar que é bom.*

— *Olha o queijo de manteiga puro freguesa é 15 litros de leite pra fazer um litro de leite! Vamos levar.*

Um ponto interessante que observamos nas bancas é que existe uma espécie de código para abordar os fregueses, à medida que eles percebem o interesse nos produtos por parte dos clientes ele o convida a vir até a banca. Caso o cliente passe sem manter nenhum contato visual e siga adiante, geralmente o feirante não investe no chamamento.

Os percursos visuais e sonoros percorridos nas ruas da feira nos fazem identificar a linguagem de *mei de feira*²⁸, que é composta por expressões típicas do repertório nordestino e faz referência as dinâmicas culturais das populações marginalizadas da zona urbana e da zona rural. Os feirantes e as feirantes utilizam termos como *moi*, *punhado* quando se referem a quantidades específica dos produtos como grãos ou hortaliças, para nomear os cortes das carnes também encontramos nomes populares como *miúdos*, *fato*, *bucha*, *bofe*, *passarinha*, *buchada* todas as expressões são conhecidas e compartilhadas tanto por quem compra como por quem vende. “Essas expressões são evidenciadas não só nas falas dos artistas populares, poetas, cantores de viola e emboladores de coco, mas também nos feirantes que servem de inspiração para esses artistas do cotidiano.” (IPHAN, 2017, p. 51). Tais expressões também são matéria-

²⁸ Expressão popular utilizada para designar o ambiente que se encontra dentro das feiras livres, sendo aplicada tanto a linguagem utilizada como em produtos populares encontrados nesse local.

prima para as produções dos artistas populares de Campina Grande como por exemplo a música Feira de Campina do palhaço Major Palito, que podemos ver um trecho abaixo:

Feira de Campina tem tudo que se quer
 Tem pato tem peru tem galinha e tem guiné
 Tem até camaleão, tacaca e burrachudo
 Tem traíra e tem muçu tem siri tem caranguejo
 Tem feira de sacolejo e tem a tucunaré
 Feira de Campina tem tudo que se quer
 Tem pato tem peru tem galinha e tem guiné.
 Tem hoté de mei de fera e a mulher vendendo almoço
 Que parece um colosso quando ela está vendendo
 Chega um matuto dizendo bota o meu sarapaté
 Feira de Campina tem tudo que se quer
 Tem pato tem peru tem galinha e tem guiné. (SILVA, s.d, s/p).

Embora possamos perceber o caráter laboral das pessoas que trabalham na profissão de feirante na Feira Central, ao observarmos mais pontos da realidade local obtemos elementos essenciais para considerar o(a) feirante como performer (RIZZO, 2009) ou como quem utiliza a publicidade do amador (SEMPRINI, 2010). Sendo assim, essa figura emblemática utiliza estratégias teatrais para desenvolver sua arte de vender e comunicar dentro dessa teia de relações sociais e comerciais permeada pela cultura, alegria e amizade que se constitui a feira livre. Nas palavras de Rizzo (2009) as mensagens são elaboradas e transmitidas para os receptores:

Por meios estéticos, verbais e gestuais os feirantes mostram seus produtos, o modo de arrumação dos alimentos, por exemplo, difere de barraca para barraca, dependendo do tipo de alimento, há a degustação; esses são atrativos para os clientes, mas principalmente a comunicação direta do feirante com o cliente. A competição na venda faz com que os feirantes comuniquem-se de forma a persuadir os clientes, que passam em frente suas barracas a comprar seus produtos e é essa ação que faz do feirante um interlocutor essencial, sem o qual a feira perde o seu colorido e uma das principais características: sociabilidade. (RIZZO, 2019, s/p).

Como estratégias de comunicação os(as) feirantes utilizam publicidades improvisadas que surgem como expressão da escassez de recursos, contudo aparecem também como indicativo das potencialidades inventivas das pessoas que habitam esse território do diverso. “Sendo assim, é necessário voltar-se para a proliferação disseminada de criações anônimas e perecíveis que irrompem com vivacidade e não se capitalizam.” (CERTEAU, 2014, p. 13).

Figura 37 - Anúncios colocados nos produtos expostos na feira



Foto: Ermaela Cícera Silva Freire, 2021.

Num sentido diferente do artífice e do planejador, o praticante ordinário inventa brechas, tratando de um conjunto de táticas contingenciais que os brasileiros conhecem como *gambiarra*, *jeitinho* ou, incorporando a noção explorada por Paola Berenstein Jacques, *ginga*. Essas práticas colocam em jogo uma ratio ‘popular’, uma maneira de pensar investida numa maneira de agir, uma arte de combinar indissociável de uma arte de utilizar. Ao pensar a *gambiarra* como uma política do persistir entrelaçamos a inventividade presente no fazer cotidiano da feira com as condições materiais desse improviso. Aqui será necessário destacar uma questão fundamental para pensar a *gambiarra*: ela lida não apenas com a improvisação inventiva, mas também com a precariedade econômica e a escassez de recursos. (DIAS, 2020, s/p).

Figura 38 - Gambiarras na exposição de redes



Foto: Ermaela Cícera Silva Freire, 2022.

Assim, podemos destacar que a estética das bancas e dos locais onde os produtos estão expostos, bem como suas estratégias de comunicação correspondem a uma lógica artesanal e adaptada às condições econômicas dos(as) que as praticam. “Esses veículos populares – folkímídias – são manifestações artesanais com códigos/linguagens próprias aos envolvidos no processo, de modo a transmitirem seus valores, seus saberes e experiências.” (SCHMIDT In NOBRE; OLIVEIRA, 2019, p. 459). A seguir na figura 40 podemos ver mais um exemplo de publicidade artesanal na Feira Central.

Figura 39 - Anúncios colocados nos produtos expostos na feira



Foto: Ermaela Cícera Silva Freire, 2021.

“É nesse movimento humano cercado de gritarias, na estética das barracas e no colorido dos produtos que o comércio pulsa no meio de alardes promocionais e de anúncios atraindo fregueses e gerando vendas.” (BRANDÃO, 2017, p. 49). O movimento das feiras livre nos conta a trajetória dos produtos e a cadeia de relações comunicativas que envolve elementos humanos e não humanos para que as trocas comerciais e simbólicas sejam possíveis. Nesse sentido, a respeito de um dos personagens centrais da feira livre o feirante Sato (2012) comenta que:

Ser feirante é adquirir qualificações de natureza técnica, digamos assim, que dizem respeito à capacidade de conduzir economicamente o “negócio”; mas é também, ou acima de tudo, compreender o texto social que o tempo todo está impresso nos pequenos afazeres, mas que não oferece um guia de leitura. Para que os que estão imersos no *métier*, nem sempre é possível explicitá-lo verbalmente, pois está tão próximo deles mesmos, como a pele de seus corpos que não se destaca, nem sequer percebemos que ele faz parte de nós. Para os que estão imersos na rede de significados,

“ser” é assim, algo que não se presta facilmente ao distanciamento, ao estranhamento e ao questionamento. (SATO, 2012, p. 158).

Destacamos a seguir no quadro 10 os elementos folkcomunicaçãois que são encontrados no universo pesquisado, identificamos tais elementos utilizando as tipologias folkcomunicaçãois com base em Marques de Melo (2008). Pela quantidade significativa de elementos identificados podemos afirmar que o Feira Central se configura como um fenômeno de pesquisa folkcomunicaçãois por excelência.

Quadro 10 – Tipologias folkcomunicaçãois presentes na Feira Central

Tipologia	Manifestações
Folkcomunicação oral	Canto de trabalho, embolada, conversa fiada, cantoria, gíria, anedota, apelido, bordão.
Folkcomunicação icônica	Bolos, biscoitos, pães, brinquedo artesanal, coroas, bordados de cama e mesa, luminárias, mobiliário, vestuário.
Folkcomunicação visual	Literatura de cordel, panfleto, santinho de propaganda, xilogravura popular, pichação em parede, adesivo, cartaz.
Folkcomunicação cinética	Bloco carnavalesco, jogo do bicho, maracatu, carnaval, festa junina, forró, quadrilha, samba, coco de roda.

Fonte: Elaborado pela autora, 2022 com base em MARQUES DE MELO, 2008.

Nesse cenário, destacamos os feirantes e as feirantes como agentes folkcomunicaçãois nesse império do diverso que chamamos de feira livre, de acordo com os caminhos e ruas que percorremos na feira vai se descortinando uma realidade onde encontramos elementos e características folkcomunicaçãois e midiáticas. Destacamos que no as feiras livres são “[...] como território de persistência ao convidar a viver o denso, em oposição ao vazio dos shoppings centers e à plastificação dos produtos nos supermercados.” (DIAS, 2020, s.p). E está constituída dentro de uma atmosfera repleta de personagens folkmidiáticos que se utilizam da “[...] jocosidade através da performance oral faz parte da identidade da feira livre.” (BRANDÃO, 2017, p. 49).

Na nossa observação identificamos elementos de folkpublicidade (RETT, 2019) dentro da comunicação utilizada pelos(as) feirantes nos seus comércios tanto nas mediações espaciais quanto nas mediações humanas. Por mediações espaciais utilizamos o conceito proposto por Semprini (2010) em que a autora explica que as mediações espaciais são definidas como mediações que inscrevem a manifestação da marca em uma dimensão espacial concreta, de três dimensões, caracterizando-se pela sua comunicação em pontos de venda, *flagship stores*, dentre outros espaços funcionais, onde é possível a interface entre o projeto de marca e o receptor. Com relação às mediações humanas a autora classifica essas mediações como aquelas que se referem às manifestações da marca encarnadas por uma pessoa de carne e osso que estabelece o ponto de contato entre a marca e o consumidor.

De acordo com Rett (2019) a Folkpublicidade acontece nas mediações das marcas, ou seja, no ponto de contato da comunicação publicitária com o receptor. Esse receptor é considerado um grupo marginalizado (BELTRÃO, 1980), justamente por compor uma audiência que não faz parte da estrutura vigente e hegemônica da comunicação publicitária, mas que a partir desta, cria conteúdos contra-hegemônicos. Na figura 39 e 40 podemos ver exemplos dessa folkpublicidade encontrados na Feira Central.

Figura 40 – Loja de variedades no setor verde



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2021.

Figura 41 - Anúncios colados nas paredes do Mercado Central



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2021

No conjunto das estratégias de comunicação existentes no campo empírico da investigação destacamos elementos da folkpublicidade nas mediações espaciais, pois estas estratégias como vimos nas figuras estão localizadas em dimensões concretas. Diante disso, podemos considerar como exemplos identificados: a apropriação, pelos(as) feirantes de slogans, marcas ou outros elementos da cultura de massa ou popular com o objetivo de ressignificá-los em sua comunicação promocional em banners, anúncios colados em postes ou paredes, pontos de venda, nos produtos ou mesmo nos próprios(as) feirantes.

Figura 42 – Anúncios na parede na Feira do Peixe



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2021.

Figura 43 - Anúncios colados nos produtos expostos



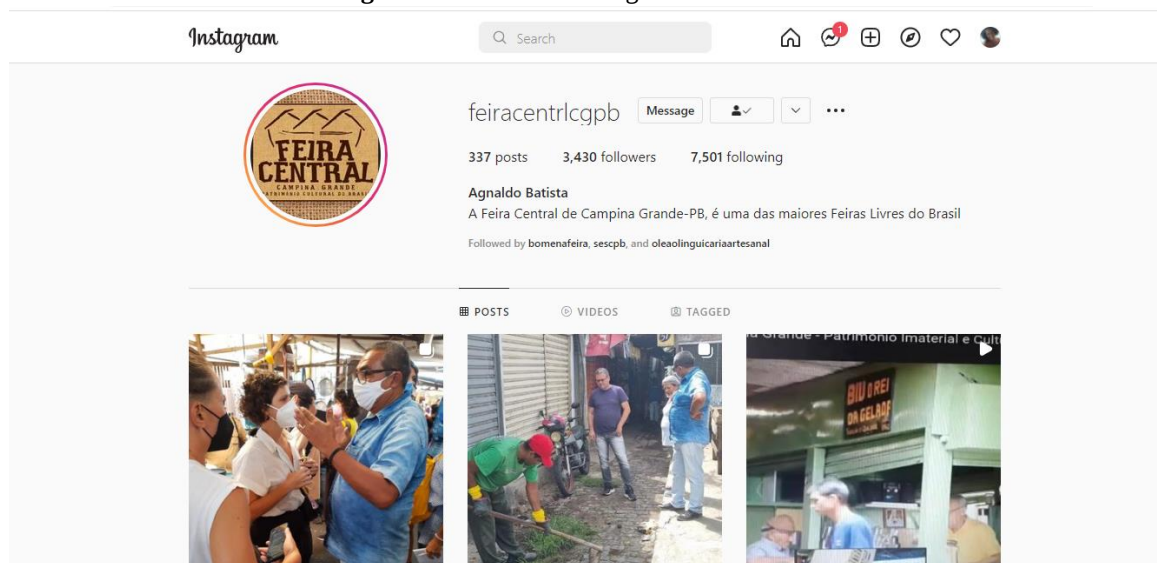
Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2021.

5.2.1 Processos de midiatização na Feira Central de Campina Grande (PB)

De acordo com o Catálogo Mei de Feira (2020) dos 319 pontos comerciais catalogados um total de 96 pontos já possuem redes sociais para divulgação dos produtos e serviços. Esse dado representa que o comércio popular da Feira Central já está, mesmo que em parte, inserido na dinâmica da emergência das novas mídias, o que permite uma nova forma de divulgação para o universo das práticas folkcomunicacionais da feira livre. Podemos atribuir essa inserção ao crescente processo de midiatização da cultura e da sociedade, que permeia todas as instâncias sociais na atualidade.

Os processos de midiatização são reflexo do emergente estado de importância intensificada e em constante mudança da mídia na cultura e na sociedade. Assim, as formas pelas quais no âmbito cultural e social se torna notória a dependência os meios de comunicação, bem como de seu caráter midiático pode ser percebida em práticas culturais e sociais nos mais diversos níveis. (HJARVARD, 2014). Logo abaixo na figura 44 podemos ver o perfil na rede social Instagram da Feira Central.

Figura 44 – Perfil do Instagram da Feira Central



Fonte: Instagram @feiracentrlcgpb

Diante disso, podemos demarcar as manifestações folkcomunicacionais presentes no cenário de investigação dentro da emergência das novas mídias digitais, levando em consideração que os agentes folkcomunicativos estão inseridos na dinâmica viva da cultura. A rede social do instagram, na realidade da Feira Central, aparece como a plataforma digital com maior utilização na disseminação virtual das práticas sociais realizadas no âmbito desta feira livre. Com relação ao processo de globalização sociocultural Martín-Barbero (2014) afirma:

[...] a globalização também representa um conjunto extraordinário de possibilidades, mudanças possíveis agora e que se apoiam em fatos radicalmente novos, destacando-

se dois deles: um, a enorme e densa mistura de povos, raças, culturas e gostos que acontece hoje – embora com grandes diferenças e assimetrias – em todos os continentes, uma mistura somente possível na medida em que outras cosmovisões emergem com grande força, pondo em crise a hegemonia do racionalismo ocidental; o outro, as novas tecnologias que vêm sendo progressivamente apropriadas por grupos dos setores subalternos, permitindo-lhes uma verdadeira revanche sociocultural, isto é, a construção de uma contra-hegemonia pelo mundo. (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 18).

Assim, se a revolução tecnológica das comunicações agrava o fosso das desigualdades entre setores sociais, entre culturas e países, ela também mobiliza a imaginação social das coletividades, potencializando suas capacidades de sobrevivência e de associação, de protesto e de participação democrática, de defesa de seus direitos sociopolíticos e culturais e de ativação de sua criatividade expressiva. (MARTÍN-BARBERO, 2014).

Logo abaixo na figura 45 podemos ver mais uma foto do perfil na rede social Instagram da Feira Central.

Figura 45 – Perfil do Instagram da Feira Central



Fonte: Instagram @feiracentralcgp

Com base nestes elementos midiáticos encontrados na feira livre, podemos refletir sobre o lugar da cultura na contemporaneidade e em sua relação com a comunicação midiática, através dos Estudos Culturais e da Folkcomunicação, enquanto teoria genuinamente brasileira e desenvolvida na relação entre a Comunicação Massiva e a Cultura Popular. (SILVA *In*: NOBRE; OLIVEIRA, 2019).

Outra forma de divulgação *online* e impressa referente a Feira Central é o *E-book catálogo Coisas de Mei de Feira* que permite “[...] possibilita a informação e a localização de quase tudo que existe nesse lugar. São ruas estreitas, reconhecidas como labirintos [...]” (ARAÚJO, 2020, p. 7). A publicação traz um compilado de informações e um recorte

representativo do setores que compõem o lugar, “[...] apresenta classificações de produtos e serviços comercializados no mercado central com contatos dos comerciantes, como são conhecidos, localizações, e o que comercializam [...]” (ARAÚJO, 2020, p. 7).

Abaixo nas figuras 46 e 47 podemos ver outras formas de divulgação e inserção de tecnologias na feira livre.

Figura 46 – QR Code do Projeto TecTur



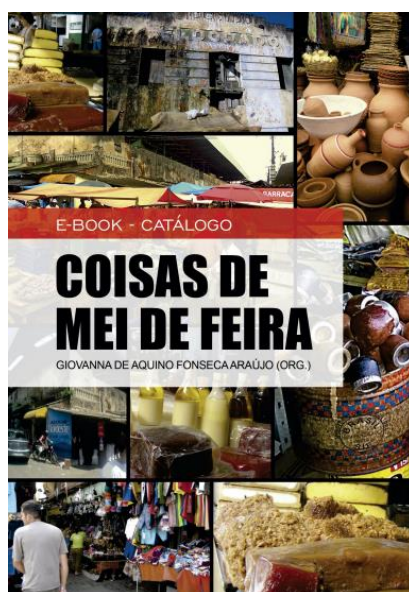
Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2021.

Figura 47 – Divulgação do perfil @jornaldafeira



Fonte: Ermaela Cícera Silva Freire, 2021.

Figura 48 – E-book - Catálogo da Feira Central de Campina Grande



Fonte: ARAÚJO, 2020.

Considerando o objetivo específico de identificar elementos que situam a feira livre no contexto da mídia, mediações e midiatização podemos sugerir outra análise relevante sobre o fenômeno no campo da midiatização da Feira Central a partir do aprofundamento desse objeto refletido dentro do campo das novas mídias digitais. Apontamos essa possibilidade, uma vez que, o campo empírico forneceu subsídios para essa sugestão, a exemplo dos perfis em redes sociais já citados que divulgam a feira no contexto virtual. De acordo com o Catálogo Mei de Feira (2020) dos 319 pontos comerciais catalogados um total de 96 pontos já possuem redes sociais para divulgação dos produtos e serviços, o que já figura como total expressivo para uma possível investigação científica, essa realidade fortalece a presença da folkcomunicação na emergência das novas mídias digitais e colabora nos processos de atualização da teoria.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao desenvolver a pesquisa muitas concepções prévias foram sendo transformadas em virtude do movimento vivo e dinâmico do fenômeno investigado, entrar em campo possibilitou uma gama de elementos e subsídios foram encontrados todos com características próprias da cultura do local e regional. Assim, nos encontramos com a potencialidade e força da Feira Central e para alcançar a compreensão do nosso problema de pesquisa elaboramos um objetivo geral, identificar os processos folkcomunicacionais existentes entre feirantes e consumidores da Feira Central de Campina Grande (PB), no contexto da folkcomunicação e das epistemologias do Sul, e definimos em sequência quatro objetivos específicos.

Podemos afirmar que a pesquisa analisou construções comunicativas intangíveis para a produção de resultados tangíveis, mesmo que de maneira exploratório, com o intuito de responder se a comunicação entre feirantes e fregueses se constitui em um processo folkcomunicativo e se apresenta características descolonizadoras. Diante disso, observamos a partir do contato com o campo empírico que no processo do movimento comercial os pontos de vendas, fixos e não fixos, se desdobram em pontos de encontros onde ocorre intensa interação social e cultural entre feirantes e fregueses, isso deixa emergir os “fios invisíveis que vinculam as pessoas que fazem a feira livre.” (SATO, 2012, p. 177). Nas palavras de Sato (2012) a respeito do intercâmbio de mensagens na atmosfera da feira livre a autora afirma que:

no universo da feira livre a troca de informações e de reações a elas dá-se pessoalmente, em microencontros, em microeventos. E, ainda que a agilidade em ambas as redes não possa ser comparável, é conservando a sua característica que a feira livre sobrevive no espaço urbano dividido. (SATO, 2012, p. 177).

Diante do que foi investigado concluímos que a presença do linguajar de *mei de feira* é um elemento preponderante no universo pesquisado, assim a comunicação na feira mantida pelos participantes e pelas participantes ocorre quando estes utilizando expressões típicas da cultura popular regional como por exemplo, *punhado de feijão*, *mói de coentro* e muitas outras. Na comunicação entre feirantes e fregueses identificamos expressões próprias da linguagem popular do local podemos destacar as seguintes: *pode chegar, vamo chegando freguesa, moça bonita não paga, mas também não leva, eita Dona Maria abaixei e não levanto mais*.

Outras construções narrativas também são observadas na venda dos produtos como quando as pessoas se aproximam da banca dos feirantes e das feirantes logo são recebidos com uma saudação: *diga fia? vai levar o que hoje? bora abacate é 2,00 três é 5,00!* Nesse ambiente por meio da oralidade vão se construindo narrativas que compõem a Feira das Feiras, como também é conhecido o lugar.

Outro ponto importante é a gastronomia nordestina como elemento constitutivo da feira, onde podem ser encontrados pratos típicos da culinária nordestina como: cuscuz, tapioca, buchada, bode guisado, galinha caipira, picado de bode, carne de sol e uma variedade de queijos, bolos, doces e biscoitos. Percebemos que por meio da gastronomia saberes foram trazidos, compartilhados e propagados ao longo do tempo, a comida pode ser considerada como uma expressão cultural, possibilitando pensá-la como um sistema simbólico onde são representadas as relações humanas. Assim, a Feira Central guarda um rico acervo da gastronomia com base local patrimônio material e imaterial do povo campinense, nordestino e brasileiro.

Com base nos pontos de observação e análise durante o processo investigativo também consideramos perfilar os agentes folkmediáticos existentes no espaço da pesquisa, dessa forma, na Feira Central podemos encontrar diversas personagens como: feirantes, raizeiras, seleiros, flandeiros, debulhadores de feijão, fazedores de caçua²⁹, 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, arquitetônica e cultural é um local de sociabilidade, de micro encontros de amigos e é um cenário comunicativo e folkmediático por excelência.

Do ponto de vista teórico concluímos que o arcabouço conceitual o qual utilizamos se adequou a temática abordada, o principal eixo teórico foi constituído das seguintes correntes de pensamento: a teoria da folkcomunicação (BELTRÃO 1980 e 2014; MARQUES DE MELO, 2008), outros subsídios foram os estudos das epistemologias do Sul e decoloniais (SANTOS 2019 e 2013; MIGNOLO, 2017 e 2014; PALERMO, 2013; KILOMBA, 2008; LANDER, 2005). Com base na utilização desses referenciais foi 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).

Sendo assim, a investigação contribuiu para que outros saberes sejam fortalecidos pelos múltiplos prismas originados do pensamento pós-colonial, descolonial como também do giro decolonial formado por autoras e autores da América Latina integrantes dos Grupos latino-americano de Estudos Subalternos (1992) e Grupo Modernidade/Colonialidade M/C. Dessa

²⁹ O caçua é um tipo de cesto grande fabricado com o material vime, cipó ou bambu, possui alças que são presas às cangalhas no transporte de gêneros diversos em animais de carga.

forma, vislumbramos o aprofundamento futuro das reflexões sobre as heranças do colonialismo e seus desdobramentos no campo da comunicação popular e subalternizada em produções posteriores nesse ponto concluímos que as teorias usadas subsidiam a visão de que a comunicação popular é uma ferramenta de resistência à contra hegemonia e à colonização.

Do ponto de vista metodológico acreditamos que a cartografia simbólica (SANTOS, 2000) aliada as pistas do método cartográfico (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2009) foi um caminho favorável para investigar a feira livre escolhida, especialmente pelo fato do campo simbólico conter aspectos do imaginário, das crenças, das práticas e dos comportamentos humanos e sociais, além das linguagens e significados, os quais permitem interpretar e compreender as interações populares e da cultura. Além disso, reiteramos a pertinência da cartografia simbólica em pesquisas e estudos folkcomunicacionais, pois ela permite perceber características descolonizadoras, como o rompimento com duras lógicas de produção do saber.

Embora haja a incipiência de utilização desse método nas investigações comunicacionais buscamos explorar as possibilidades de ressignificação e apropriação do conceito, tendo em vista que entendemos a metodologia como apropriada para trabalhos de caráter interdisciplinar. Como a dissertação presente se construiu num viés interdisciplinar é relevante dar ênfase a opção pelo método cartográfico, uma vez que ele permite um caminhar traçado na experiência da pesquisa em diversos campos do conhecimento.

Evidenciamos que a cartografia na área da comunicação é compreendida como um trilhar metodológico que objetiva a composição de um mapa (sempre inacabado) do objeto de estudo, que parte do olhar alerta e das percepções e observações do pesquisador, que são legítimas e subjetivas. Dessa maneira, a cartografia propicia a construção de outra percepção diferenciada a respeito dos objetos do campo. (ROSÁRIO In MOURA; LOPES, 2016).

Podemos concluir que a Feira Central de Campina Grande se constitui como patrimônio imaterial do povo campinense e brasileiro a partir das manifestações da cultura popular, ou seja, das narrativas orais e visuais típicas do Nordeste, das construções corpóreas e identitárias dos(as) feirantes e fregueses(as) que colaboram na manutenção diária desse evento cultural, que podemos considerar como império da diversidade.

Numa constatação pertinente vemos que há um itinerário teórico-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. Nesse aspecto percebemos que a nossa conclusão abriu várias possibilidades de pesquisas futuras pela via da patrimonialização cultural da feira livre estudada sob a ótica da folkcomunicação, tendo

em vista a importância da proteção às referências culturais constitutivas da identidade do povo campinense e nordestino.

Considerando o objetivo de identificar elementos que situam a feira livre no contexto da mídia, mediações e midiatização podemos sugerir outra análise relevante sobre o fenômeno no campo da midiatização da Feira Central a partir do aprofundamento desse objeto refletido dentro do campo das novas mídias digitais. Consideramos essa possibilidade, uma vez que, o campo empírico forneceu subsídios para essa sugestão, a exemplo dos perfis em redes sociais @jornaldefeira, @feiracentrlcgp, @bomenafeira que divulgam a feira no contexto virtual. De acordo com o Catálogo Mei de Feira (2020) dos 319 pontos comerciais catalogados um total de 96 pontos já possuem redes sociais para divulgação dos produtos e serviços, o que já figura como total expressivo para uma possível investigação científica. Essa realidade fortalece a presença da folkcomunicação na emergência das novas mídias digitais e colabora nos processos de atualização da teoria.

Além disso, o local é um tema recorrente em reportagens locais, regionais e nacionais, como inserção de elementos tecnológicos destacamos a utilização da realidade aumentada por meio de QR Codes instalados em pontos estratégicos da feira essa iniciativa é promovida pelo Projeto TecTur Campina um aplicativo que dispõe de recursos multimídia e reúne informações históricas e turísticas da cidade.

Na tentativa de responder aos questionamentos surgidos durante o processo científico, uma das perguntas mais importantes foi a seguinte: por que a Feira Central de Campina Grande é mídia daquelas pessoas que participam dela? A partir dos nossos resultados percebemos que a comunicação cultural da feira reflete um fazer folkcomunicacional, uma vez que entendemos como objeto da folkcomunicação aquele que traz a cultura popular enquanto mídia de indivíduos ou de grupos marginalizados.

Nessa perspectiva, concluímos que feira investigada traz elementos específicos que colaboram na identificação do seu processo comunicacional como popular e cultural, pois levando em consideração os papéis desempenhados por quem participa da feira percebemos as relações comercial, comunicacional e simbólica que norteia a investigação, e assim como afirma Brandão (2017):

Nas feiras, os feirantes não são apenas comerciantes e os fregueses só compradores, mas aparecem como comunicadores populares. Mesmo com recursos primitivos e artesanais, eles utilizam da indústria da comunicação de massa como jornais, revistas, televisão e, em especial, o rádio para retransmitir e decodificar informações que servem para manter vivo o discurso social, cultural e mercadológico desse modelo de comércio. (BRANDÃO, 2017, p. 48).

Aliado a isso podemos destacar outro aspecto relevante para corroborar essa resposta, que é a presença do ativismo midiático no local, esse narrador da cotidianidade, guardião da memória e identidade local. Transita entre as práticas tradicionais e modernas. Apropria-se das novas tecnologias de comunicação. (TRIGUEIRO, 2008). E ainda podemos incluir as pessoas que participam da feira, especificamente os que fizeram parte do recorte pesquisado, como integrantes dos grupos rurais marginalizados e urbanos marginalizados de acordo com a divisão feita por Beltrão (1980).

Apontamos 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. Por fim, podemos destacar que a Feira Central de Campina Grande é um espaço de polissemia de manifestações da cultura popular, nesse vasto cenário encontramos feirantes vendendo literatura de cordel, cantadores de viola, artistas locais e popular.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AGUER, B. *et. al.* **Cartografías del Poder y Descolonialidad**. Ciudad Autonoma de Buenos Aires: Del Signo, 2014.

ARAÚJO, G. A. F. **E-book Catálogo: coisas de Mei de Feira**. Campina Grande: Maxgraf Editora, 2020. *E-book*.

ARAÚJO, G. A. F. Inventário de referências culturais da Feira Central de Campina Grande como patrimônio cultural do Brasil. In: Congresso Nacional de Práticas Educativas. **Anais do Congresso Nacional de Práticas Educativas**. Campina Grande: Universidade Federal de Campina Grande, 2017. Disponível em: <http://www.editorarealize.cpm.br/artigo/visulaizar/31254>. Acesso em: 04 jul. 2021.

ARAÚJO, G. A. F. **Feira Central Patrimônio Cultural do Brasil: livro e cordel para ilustrar**. Campina Grande: Maxgraf Editora, 2020.

ARAÚJO, G. A. F. **Continuidade e descontinuidade no contexto da globalização: um estudo de feiras em Portugal e no Brasil (1986-2007)**. 2011. Tese. (Doutorado em História). Universidade do Minho, Braga, 2011. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/19709>. Acesso em: 01 out. 2021.

A SOCIOLOGIA PÓS-ABISSAL METODOLOGIAS NÃO EXTRATIVISTAS. 2017. 1 vídeo. Publicado pelo canal Alice CES. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1SHnc6P7Z6A>. Acesso m 20 setembro de 2020.

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

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

BOLSHAW, M. Recepção das narrativas mediadas e consumo de bens simbólicos. **Culturas Midiáticas**. João Pessoa, vol. 7, n 2. 2014.

BOURDIEU, P. Espaço social e espaço simbólico. In: **Razões Práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas, SP: Papius, 1996. p. 13-33.

BOURDIEU, P. Da regra às estratégias. In: **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004, p. 77-95.

BRANDÃO, T. F. **Comunicação e marketing: um estudo das interações comunicacionais entre feirantes e fregueses na feira livre de Paripiranga-BA**. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) Universidade Federal de Sergipe, Aracajú, 2017. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/4031>. Acesso em: 28 jun. 2021.

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

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp. 2008.

CARTOGRAFIA. In: Dicionário Online Caldas Aulete. Rio de Janeiro, Lexicon Editora Digital, 2021. Disponível em: <https://aulete.com.br/cartografia>. Acesso em: 13 set. 2021.

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 ago. 2020.

CASTRO, M. R. N. Comprando na feira: experienciando a carne do mundo: etnográfica e comunicação intersensorial. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 29, 2020. **Anais do Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós**. Campo Grande: Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, 2020. v. 29.

CASTRO, M. R. N. Aportes teóricos para pensar a feira como forma social. **Revista Sociais & Humanas**, vol. 30, n. 2, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/sociaisehumanas/view/20951>. Acesso em: 09 dez. 2020.

CORDEIRO, T. (Literatura de Cordel). **O trabalhador da Feira Central da nossa cidade**. Campina Grande: experimentalismo brabo, 2020.

DA MATA, R. **A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DETONI, C. L. **A cidade quando terra: a feira livre no asfalto neoliberal**. 2020. Dissertação. (Mestrado em Psicologia Institucional). Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória. 2020. Disponível em: <https://psicologiainstitucional.ufes.br/pt-br/pos-graduacao/PPGPSI/detalhes-da-tese?id=14499>. Acesso em: 29 abr. 2021.

DIAS, J. M. M. As feiras populares como território de persistência. **Arquitextos**, São Paulo, vol. 240.05, n. 20, 2020. Disponível em: <https://vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/20.240/7747>. Acesso em: 18 jul. 2022.

DOSSIÊ DE REGISTRO DA FEIRA DE CAMPINA GRANDE - INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Campina Grande: IPHAN, 2017. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Dossie_feira_de_campina_grande_para%C3%ADba.pdf. Acesso em: 20 abr. 2020.

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

FEIRA. In: Dicionário Online Caldas Aulete. Rio de Janeiro, Lexicon Editora Digital, 2021. Disponível em: <https://aulete.com.br/feira>. Acesso em: 13 out. 2021.

FEIRA DE CAMPINA GRANDE. 2019. 1 vídeo (28 mim). Publicado pelo canal Iphangovbr. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=dP_U82s56yg. Acesso em: 10 jun 2021.

FEIRA DE CAMPINA GRANDE – 1979. 2020. 1 vídeo (8 mim 26 seg). Publicado pelo canal Castelo da Curva do Rio. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cxtDGjPU324&t=>. Acesso em: 10 jun 2021.

FONSECA, T.M. G.; KIRST, P. G. **Cartografia e devires: a construção do presente**. Porto Alegre: Editora da UFGRS, 2003.

FREIRE, D. D. A. L. **“A feira é chão”**: práticas inventivas e sociabilidades na Feira Central de Campina Grande – PB. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Universidade

Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2019. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/handle/riufcg/10177>. Acesso em: 20 abr. 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

GONZÁLEZ, J. Da cultura à cibercultur@ e aos processos de conhecimento. [Entrevista concedida a Richard Romancini]. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 156-165, jun/jul 2011. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38213/41158>. Acesso em: 07 out. 2021.

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

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Noções básicas de cartografia**. Diretoria de Geociências, Rio de Janeiro, 1998.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Saberes, fazeres, gingas e celebrações: ações para salvaguarda de bens registrados como patrimônio cultural do Brasil (2002-2018)**. Brasília: IPHAN, 2018.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Manual de Sinalização do Patrimônio Mundial no Brasil**. Brasília: IPHAN, 2013.

LANDER, E. (orgs.). **Colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais perspectivas latino-americanas**. Buenos Aires: CLACSO, 2005. Disponível: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2591382/mod_resource/content/1/colonialidade_do_saber_eurocentrismo_ciencias_sociais.pdf. Acesso em: 22 set. 2022.

LEFF, E. Complexidade, racionalidade ambiental e diálogo de saberes. **Educação e Realidade**. Porto Alegre, n. 34(3), p. 17-24, set-out 2009. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/9515>. Acesso em: 26 jan. 2022.

LOPES, M. I. V.; MOURA, C. P. **Pesquisa em Comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

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 jun. 2019.

MADEIRA, A; VELOSO, M. **A cidade e suas feiras: um estudo sobre as feiras permanentes de Brasília**. Brasília DF, IPHAN, 2007. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicação/feiras_permanente.pdf. Acesso em: 20 abr. 2020.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 5a. Editora UFRJ: Rio de Janeiro, 1997.

MARTIN SERRANO, M. Prólogo para La mediación social en la era de la globalización, Mediaciones Sociales. **Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación**, nº 1, pp. 1-24. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2007. Disponível em: https://eprints.ucm.es/10651/1/Martin_Serrano_%282007%29_Prologo_La_mediacion_social.pdf Acesso em: 15 set. 2020.

MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.

MAZUCATO, T. *et. al.* **Metodologia da pesquisa e do trabalho científico**. Penápolis: FUNEPE, 2018.

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

MIGNOLO, W. Colonialidade: o lado escuro da modernidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, v. 32, nº 94, p. 1-18, jun 2017.

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 set 2020.

NOBRE, I. M. **Revelando os modos de vida da Ponta do Tubarão**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). 2005. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), 2005.

OLIVEIRA, M. P. Perspectivas contemporâneas da folkcomunicação. In: PRATA, N; JACONI, S; NASCIMENTO, G (orgs). **Desafios da comunicação em tempos de pandemia: uma mundo e muitas vozes**. São Paulo: INTERCOM, 2020.

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. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/30727?mode=full>. Acesso em: 14 mar. 2020.

PALERMO, Z. Desobediencia episétmica y opción decolonial. **Cadernos de estudos culturais**, Campo Grande, v,5, p, 237-194, jan/jun 2013.

PEREGRINO, L. V. **Desvelando as trilhas e tramas de um processo social: diferentes leituras da patrimonialização da Feira Central de Campina Grande (PB)**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Campina Grande: Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), 2018. Disponível em: <https://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/handle/riufcg/4646>. Acesso em: 14 mar. 2020.

PONTES, A *et al.* **Feira Central de Campina Grande: diagnóstico urbano**. Equipe LabRua, 2019. Disponível em: https://www.labrua.org/pdf/Caderno_Feira_Central.pdf. Acesso em: 14 abr. 2021.

PORRO, A. **Mercadorias e rotas de comércio intertribal na Amazônia**. Águas de São Pedro: Anpocs, 1984.

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Nova Hamburgo: Freevale, 2013.

RELATÓRIO FINAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA (IC). **Comunicação e Mediações: olhar os pormenores locais**. Docente orientador: Prof. Dr. Eneus Trindade Bolsista de IC: Marcelo dos Santos Marcelino Período: Jul/2017 a Jun/2018. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/procad/bolsas-ic.html>. Acesso em: 30 jun. 2019.

RESENDE, C. B. F. **Fazendo feiras e tecendo estórias de vida: feira livre e reprodução camponesa na Praça Duque de Caxias em Catalão (GO)**. 2020. Dissertação (Mestrado em

Geografia). Universidade Federal de Goiás, Catalão, 2020. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/10581?mode=full>. Acesso em: 29 abr. 2021.

RETT, L. Folkpublicidade: a linguagem publicitária do amador. In: NOBRE, I. M.; LIMA, M. É. O. (orgs.). **Cartografia da Folkcomunicação: o pensamento regional brasileiro e o itinerário da internacionalização**. Campina Grande: EDUEPB, 2019.

RIZZO, L. **O feirante como performer**. Disponível em: <https://livrozilla.com/doc/1361889/o-feirante-como-performer.-por--ligia-rizzo>. Acesso em: 29 abr. 2021.

ROSÁRIO, N. M. Cartografia na comunicação: questões de método e desafios metodológicos. In MOURA, C. P; LOPES, M. I. V. **Pesquisa em Comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. P 175-194. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/url/view.php?id=1639201#>. Acesso em: 29 abr. 2021.

SANTOS, B. S. **O fim do império cognitivo: a afirmação das epistemologias do Sul**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019.

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

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, M. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos**. São Paulo: Edusp, 2008.

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

SEMPRINI, A. **A marca pós-moderna poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**. São Paulo: Estação das Letras, 2010.

SILVA, V. Sociabilidade “negociadas” na Feira Central de Campina Grande/PB. **Iluminuras**, Porto Alegre, v. 21, n. 54, p. 375-298, set 2020. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/iluminuras/article/view/103457>. Acesso em: 30 jun. 2020.

SILVA, P. R. S.; MATHIAS, M. S. A etnografia e a observação participante na pesquisa qualitativa. **Ensaio Pedagógicos**, vol. 2, n., jan/abr 2018, p 54-61. Disponível em: <http://ensaiospedagogicos.ufscar.br/index.php/ENP/article/view/65>. Acesso em: 13 set 2021.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TOZINI-REIS, M. F. C. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2008.

TRIGUEIRO, O. M. O ativista midiático da rede folkcomunicacional: operador estratégico local nos espaços tradicionais e modernos das feiras livres paraibanas. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 36, 2013, Manaus. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2013. p. 1-14 Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/anais/2013/01-14%20Trigueiro%20O%20ativista%20midiatico%20da%20rede%20folkcomunicacional.pdf>.

org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0193-1.pdf. Acesso em: 03 jun.

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 UEPB, 2019. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/002955410.pdf>. Acesso: 29 set. 2019.

VEDANA, V. Fazer a feira e ser feirante: a construção cotidiana do trabalho de rua no contexto urbano. **Horizontes Antropológicos**, v. 19, n. 39, jan/jun, 2013, p 41-68. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/C7cdWKqZSyDDcgbphcRWhvg/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 08 jun. 2022.

WILLIAMS, R. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

WILLIAMS, R. Meios de produção. In: _____. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2011, p. 87-117.

XAVIER, F. R.M; CASTRO, M. R. N; CASTRO, F. F. A pragmática comunicativa de uma Feira em Belém. **Revista Extraprensa**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 116-130, jun-dez 2018. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/142489> Acesso em: 09 dez. 2020.

ZANINI, M. C. C; SANTOS, M. (orgs.). **Feira, feirinha e feirões: a “economia dos centavos em foco**. São Leopoldo: Oikos, 2017. Disponível em: <https://oikoseditora.com.br/obra/index/id/764>. Acesso em: 28 set. 2021.

APÊNDICE A - REGISTO DE CONSENTIMENTO E LIVRE E ESCLARECIDO (RCLE)

Registro de Consentimento Livre e Esclarecido (RCLE)

Esclarecimentos

Este é um convite para você participar da pesquisa: Folkcomunicação, Mediações e Consumo em Contextos Regionais: Cartografia da Feira Central de Campina Grande (PB), que tem como pesquisador responsável a mestrandia Ermaela Cícera Silva Freire. Esta pesquisa pretende investigar os processos comunicacionais existentes entre feirantes e consumidores, na Feira Central de Campina Grande (PB), no contexto da Folkcomunicação e das Epistemologias do Sul.

O motivo que nos leva a fazer este estudo é justificado pela necessidade de entender como acontece a comunicação na feira, ou seja, as conversas, as formas de falar e de vender dos feirantes e das feirantes da Feira Central de Campina Grande (PB). Busca-se também entender se nessa feira os participantes, feirantes e fregueses, formam laços de amizade e de afeto tendo em vista o contato e as relações de proximidade geradas na feira livre.

Caso opte por participar informamos que devido à pandemia da SARs-Cov-2 Covid-19 a pesquisa seguirá os protocolos com medidas de prevenção e minimização de prejuízos e riscos potenciais de contaminação. Assim, para a realização das entrevistas serão seguidas as recomendações: entrevistas em local sem aglomerações. aberto e ventilado, distanciamento social de 2 metros por pessoa, uso obrigatório de máscaras, luvas e uso de álcool em gel 70% fornecido pela pesquisadora.

Cabe mencionar que, diante das recomendações governamentais e da Organização Mundial de Saúde, a UFRN, através da Portaria N° 452/2020-R, em 17 de março de 2020, no Art. 2º, “autoriza as atividades de extensão e de pesquisa que, por sua natureza, não impliquem aglomeração de pessoas, cabendo aos responsáveis avaliar as condições para cumprimento das recomendações das autoridades sanitárias.”

Caso decida participar adotaremos os seguintes procedimentos para coletar as informações: em um primeiro momento será feita uma observação e conversas informais sobre a temática da pesquisa. Em um segundo momento, o(a) participante será convidado(a) a conceder uma entrevista individual guiada por um roteiro semiestruturado anteriormente. De forma geral, serão feitas perguntas relacionadas ao processo de comunicação que ocorre entre os(as) feirantes e a freguesia, como abordam as pessoas, quais as formas de chamar a atenção para seus produtos, o que dizem, quais as relações de sociabilidades existentes. Para essa etapa

será preciso sua autorização para gravação de voz e/ou imagem da entrevista para que depois as informações sejam transcrevidas de acordo com o que foi falado. Nessa fase saiba que garantimos a realização da pesquisa em ambiente adequado e reservado para garantir a sua privacidade.

Durante a realização da pesquisa poderão ocorrer eventuais desconfortos e possíveis riscos: os(as) participantes selecionados podem ao longo da coleta de dados sentirem algum desconforto com relação ao procedimento como timidez e/ou vergonha em responder aos questionamentos. Esses riscos poderão ser minimizados com as seguintes ações: a pesquisadora utilizará uma linguagem simples e acessível para evitar incompreensões, a coleta de dados será precedida de observação simples feita anteriormente e conversas serão realizadas a fim de criar um vínculo entre pesquisadora e sujeitos pesquisados.

Como benefícios da pesquisa você os resultados serão publicados em formato de dissertação e divulgados na comunidade acadêmica, nos órgãos municipais que administram a feira livre, bem como com os(as) feirantes. Isso ocorrerá com o objetivo de com base nas conclusões do trabalho seja possível a utilização dos dados e reflexões a respeito da comunicação no ambiente da feira livre.

Em caso de complicações ou danos à saúde que você possa ter relacionado com a pesquisa, o(a) participante voluntário da pesquisa terá direito à assistência integral e gratuita, que será prestada pela pesquisadora.

Durante todo o período da pesquisa você poderá tirar suas dúvidas ligando para Ermaela Cícera Silva Freire, Rua Maria Ribeiro Machado, Dinamérica, Campina Grande (PB), e pelo e-mail ermaelacicera@gmail.com ou telefone (83) 9 8679-2315.

Você tem o direito de se recusar a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem nenhum prejuízo para você.

Os dados que você irá nos fornecer serão confidenciais e serão divulgados apenas em congressos ou publicações científicas, sempre de forma anônima, não havendo divulgação de nenhum dado que possa lhe identificar. Esses dados serão guardados pelo pesquisador responsável por essa pesquisa em local seguro e por um período de 5 anos.

Caso haja gastos pela sua participação nessa pesquisa, eles serão assumidos pelo pesquisador e reembolsado para vocês.

Se você sofrer qualquer dano decorrente desta pesquisa, sendo ele imediato ou tardio, previsto ou não, você será indenizado.

Qualquer dúvida sobre a ética dessa pesquisa você deverá ligar para o Comitê de Ética em Pesquisa UFRN - Lagoa Nova Campus Central (CEP Central/UFRN) – instituição que

avalia a ética das pesquisas antes que elas comecem e fornece proteção aos participantes das mesmas – da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, nos telefones (84) 3215-3135 ou (84) 9.9193-6266, e-mail cepufrn@reitoria.ufrn.br. Você ainda pode ir pessoalmente à sede do CEP, de segunda a sexta, das 08h00min às 12h00min e das 14h00min às 18h00min, na Rua das Artes, s/n. Campus Central UFRN. Lagoa Nova. Natal/RN. CEP: 59075-000.

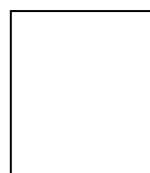
Este documento foi impresso em duas vias. Uma ficará com você e a outra com a pesquisadora responsável Ermaela Cícera Silva Freire.

_____ (rubrica do participante) _____ (rubrica da pesquisadora)

Consentimento Livre e Esclarecido

Após ter sido esclarecido sobre os objetivos, importância e o modo como os dados serão coletados nessa pesquisa, além de conhecer os riscos, desconfortos e benefícios que ela trará para mim e ter ficado ciente de todos os meus direitos, concordo em participar da pesquisa Folkcomunicação, Mediações e Consumo em Contextos Regionais: Cartografia da Feira Central de Campina Grande (PB), e autorizo a divulgação das informações por mim fornecidas em congressos e/ou publicações científicas desde que nenhum dado possa me identificar.

Assinatura do participante da pesquisa



Impressão
datiloscópica do
participante

Declaração do pesquisador responsável

Como pesquisador responsável pelo estudo Folkcomunicação, Mediações e Consumo em Contextos Regionais: Cartografia da Feira Central de Campina Grande (PB), declaro que assumo a inteira responsabilidade de cumprir fielmente os procedimentos metodologicamente e direitos que foram esclarecidos e assegurados ao participante desse estudo, assim como manter sigilo e confidencialidade sobre a identidade dele.

Declaro ainda estar ciente que na inobservância do compromisso ora assumido infringirei as normas e diretrizes propostas pela Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde – CNS, que regulamenta as pesquisas envolvendo o ser humano.

Campina Grande, _____ de _____ de 2021

Assinatura do(a) pesquisador(a) responsável

APÊNDICE B - TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA GRAVAÇÃO DE VOZ E/OU REGISTRO DE IMAGENS

Esclarecimentos

Este é um convite para você participar da pesquisa: Folkcomunicação, Mediações e Consumo em Contextos Regionais: Cartografia da Feira Central de Campina Grande (PB), que tem como pesquisadora responsável Ermaela Cícera Silva Freire. Esta pesquisa pretende investigar os processos comunicacionais existentes entre feirantes e consumidores, na Feira Central de Campina Grande (PB), no contexto da Folkcomunicação e das Epistemologias do Sul.

Gostaríamos de solicitar sua autorização para efetuar a gravação de voz e/ou o registro de fotos e/ou vídeos, concedida mediante o compromisso da pesquisadora acima citados com os seguintes direitos:

1. Ter acesso às fotos e/ou vídeos e/ou à gravação e transcrição dos áudios;
2. Ter a garantia que as fotos e/ou vídeos e/ou áudios coletadas serão usadas exclusivamente para gerar informações para a pesquisa aqui relatada e outras publicações dela decorrentes, quais sejam: revistas e eventos científicos;
3. Não ter a identificação revelada em nenhuma das vias de publicação das informações geradas, utilizando mecanismos para este fim (tarjas, distorção da imagem, distorção da voz, entre outros).
4. Ter as fotos e/ou vídeos e/ou áudios obtidos de forma a resguardar a privacidade e minimizar constrangimentos;
5. Ter liberdade para interromper a participação na pesquisa a qualquer momento e/ou solicitar a posse das fotos e/ou vídeos.

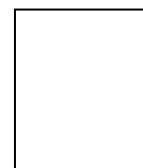
Você não é obrigado a permitir o uso das suas fotos e/ou vídeos e/ou áudios, porém, caso aceite, será de forma gratuita mesmo que imagens sejam utilizadas em publicações de livros, revistas ou outros documentos científicos.

Consentimento de Autorização de Uso de Imagens (fotos e/ou vídeos)

Após ter sido esclarecido sobre as condições para a minha participação no estudo, eu, _____ autorizo o uso de:

- ☐ Minhas imagens (fotos e/ou vídeos)
☐ minha voz
☐ minhas imagens (fotos e/ou vídeos) e minha voz

Campina Grande, ____ de _____ de 2021



Impressão
datiloscópica do
participante

Assinatura do(a) participante da pesquisa

Ermaela Cícera Silva Freire
Pesquisadora responsável

APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADA

ROTEIRO SEMIESTRUTURADO DE ENTREVISTA

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM)

Orientador: Prof. Itamar de Moraes Nobre - Estudante: Ermaela Cícera Silva Freire

A presente entrevista tem por objetivo conhecer a opinião do(a) senhor/senhora, sobre a comunicação na feira livre. A entrevista faz parte da pesquisa de Mestrado que tem como título: “Folkcomunicação, Mediações e Consumo em Contextos Regionais: cartografia da Feira Central de Campina Grande (PB)”.

Perfil dos entrevistados

Ocupação	
Formação	() Ensino Fundamental () Ensino Médio () Graduação Outros. Qual? _____
Gênero	() Feminino () Masculino
Idade	() 20 a 30 anos () 30 a 40 anos () 40 a 50 anos () mais de 50 anos
Tempo de trabalho	

Caracterização da banca

Razão Social/Nome da empresa	
Localização	
Ramo de atividade	() Hortifrutis () Vestuário/Calçados () Artesanato () Variedades

	() Alimentício () Pequenos Animais () Eletrônico () Beleza
Número de funcionários (Se houver)	
Setor	() Verde () Vermelho () Azul () Laranja () Rosa () Mercado Central

Roteiro de perguntas

1. Desde quando o senhor ou a senhora trabalha na feira?
2. Na sua família existiam pessoas que trabalhavam na feira (avós, pais, tios)?
3. E hoje sua família trabalha na feira com o senhor ou a senhora (marido, esposa, filhos e filhas, irmãos)?
4. Que tipo de produtos você comercializa?
5. Quais os dias nos quais o senhor ou a senhora trabalha na feira?
6. De onde vem os produtos comercializados? São produzidos pelo senhor ou pela senhora?
7. Além da Feira Central de Campina Grande (PB) o senhor ou a senhora comercializa em outras feiras livres?
8. Qual o horário em que se iniciam os preparativos para o trabalho na feira?
9. Sua banca é montada em um local fixo ou não?
10. Em sua opinião quais as vantagens de consumir os produtos da feira livre?
11. O que acha da concorrência com os supermercados?
12. Qual o nome da sua banca?
13. Como são feitos os pagamentos? É possível que o freguês ou freguesa leve fiado?
14. O que o senhor ou a senhora usa para chamar atenção da freguesia? Algum cartaz? A fala?
15. Qual a melhor forma de atrair a freguesia? Tem algo que você diz, canta alguma música ou algo parecido?
16. O senhor ou a senhora conversa com a freguesia, conta alguma história, troca de informações?
17. Como sente que é a relação com a freguesia? Tem amizade, tem afeto?
18. As conversas com a freguesia são rápidas ou demoradas? E entre os(as) feirantes tem muita conversa, contam piadas ou histórias engraçadas?
19. Existe concorrência entre os (as) feirantes? Se há como o senhor ou a senhora percebe?
20. Como é a sua relação no geral com a feira?
21. Na feira o senhor ou a senhora vê cordelistas, músicos e artistas populares que atuam na feira?

22. Como são as práticas de negociação realizadas na hora das vendas?
23. O senhor ou a senhora utiliza alguma rede social (*Facebook, Instagram, YouTube*) para divulgar seu trabalho? Ou utiliza algum recurso das novas tecnologias?
24. O senhor ou a senhora utiliza alguma música na sua banca, seja pelo rádio ou pelo celular?
25. Qual o papel da feira na sua vida? O senhor ou a senhora gosta de trabalhar na feira?

APÊNDICE D – Transcrição das entrevistas

DADOS DO ENTREVISTADO 01	
NOME: Luiz Carlos Costa ou Luiz da Revista	TEMPO DE TRABALHO: 52 anos
IDADE: 65 anos	LOCALIZAÇÃO: Rua Cristóvão Colombo
OCUPAÇÃO: Feirantes de variedades	HORÁRIO DE TRABALHO: 05:00 às 17:00
NOME DA BANCA: Banca de Luís, nº 288	SETOR: Verde
DATA E HORÁRIO: 18/02/2022, 10:00	Nº DE FUNCIONÁRIOS: 01

[APRESENTAÇÃO DA PESQUISADORA, CONVITE PARA PARTICIPAR DA PESQUISA E COLHEITA DAS INFORMAÇÕES]

PESQUISADORA: O senhor pode me dizer o seu nome completo?

ENTREVISTADO: Luís Carlos Costa

PESQUISADORA: Desde quando o senhor trabalha aqui na feira?

ENTREVISTADO: Eu trabalho desde 70.

PESQUISADORA: 1970?

ENTREVISTADO: Sim.

PESQUISADORA: A família trabalha aqui também?

ENTREVISTADO: Trabalhou muito tempo, isso era da minha mãe ela faleceu e eu fiquei tomando conta.

PESQUISADORA: Mas na época dela vendia a mesma coisa?

ENTREVISTADO: Era a mesma coisa.

PESQUISADORA: Mas hoje só trabalha o senhor? E seus filhos?

ENTREVISTADO: Meus filhos estão formados só eu trabalho aqui.

PESQUISADORA: O senhor sabe me dizer os tipos de produtos que tem aqui na sua banca?

ENTREVISTADO: E trabalho mais com revista né.

PESQUISADORA: Mas tem outros né?

ENTREVISTADO: Tem é uma variedade, é revista, DVD, CD, adesivo, essas coisinhas aqui.

PESQUISADORA: Quais são os dias que o senhor vem para a feira?

ENTREVISTADO: Eu venho de segunda ao sábado.

PESQUISADORA: De onde vem os produtos do senhor? Os seus livros, o cordel?

ENTREVISTADO: O cordel o rapaz sempre traz, o distribuidor aí eu faço as compras, ele traz de Recife e assim vai.

PESQUISADORA: Aí o senhor só comercializa aqui ou vai para outras feiras?

ENTREVISTADO: Não só aqui, só tô aqui.

PESQUISADORA: Que horas o senhor começa a se preparar pra vim?

ENTREVISTADO: Pra vim é na faixa de cinco horas.

PESQUISADORA: O senhor mora aqui em Campina mesmo?

ENTREVISTADO: Moro.

PESQUISADORA: Mora em que bairro?

ENTREVISTADO: 15 de novembro Palmeira.

PESQUISADORA: Lá onde tem a TV Paraíba naqueles lados?

ENTREVISTADO: É.

PESQUISADORA: Ah eu sei onde é, eu morei um tempão aqui.

PESQUISADORA: A banca do senhor é sempre nesse lugar?

ENTREVISTADO: É não toda vida foi aqui.

PESQUISADORA: O senhor acha que tem muita concorrência das livrarias? Ou tem espaço pra todo mundo?

ENTREVISTADO: Tem espaço pra todo mundo, logo a gente vende mais barato né nas livrarias é mais caro.

PESQUISADORA: Como o senhor aceita os pagamentos? É só no dinheiro ou tem outras formas?

ENTREVISTADO: Não é só no dinheiro, no momento só no dinheiro.

PESQUISADORA: Ainda não aderiu ao pix ou pagamento com cartão?

ENTREVISTADO: Não.

PESQUISADORA: O senhor vende fiado?

ENTREVISTADO: Não, antigamente eu vendia, mas perdi muito aí deixei.

PESQUISADORA: Como o senhor faz para chamar atenção dos fregueses?

ENTREVISTADO: Eu tenho muito conhecimento aí meus fregueses já são certos.

PESQUISADORA: O senhor não tem o hábito de chamar os clientes?

ENTREVISTADO: Não, não é diferente eu já tenho os fregueses certos.

PESQUISADORA: O senhor fez muita amizade trabalhando na feira?

ENTREVISTADO: Tenho, tem sim.

PESQUISADORA: E com a feira em geral como é a relação do senhor? O senhor faz compras também aqui?

ENTREVISTADO: Sim, eu compro, vendo, troco.

[A ENTREVISTA FOI INTERROMPIDA PARA ATENDER UM CLIENTE]

PESQUISADORA: O senhor vendeu?

ENTREVISTADO: Vendi.

PESQUISADORA: Vendeu a quanto?

ENTREVISTADO: A 2,00.

PESQUISADORA: É tudo do mesmo tamanho e do mesmo valor?

ENTREVISTADO: Não tem de 2,00 e de 3,00.

PESQUISADORA: O senhor sabe onde fica um lugar que tem gelada de coco?

ENTREVISTADO: Sim, nessa rua descendo na esquina.

[UM CLIENTE E PRIMO DO ENTREVISTADO CHEGA NA BANCA]

CLIENTE: E aí?

ENTREVISTADO: Diz rapaz!

PESQUISADORA: Bom dia. Tudo bom moço.

PESQUISADORA: Ele é cliente do senhor?

ENTREVISTADO: É meu primo.

PESQUISADORA: O senhor usa alguma rede social *facebook*, *instagram*, internet para divulgar a barraca do senhor?

ENTREVISTADO: Não.

PESQUISADORA: O senhor toca alguma música aqui na banca?

ENTREVISTADO: Não, eu deixo ligada a televisão pra assistir o jornal ou ver alguma coisa, eu coloquei no desenho hoje porque tinha um menino aqui assistindo.

PESQUISADORA: Pra o senhor como é trabalhar aqui na feira?

ENTREVISTADO: É bom né, a gente se acostuma né muito tempo.

PESQUISADORA: O senhor fica até que horas?

ENTREVISTADO: Até cinco horas.

PESQUISADORA: O senhor guarda tudo? E cabe?

ENTREVISTADO: Guardo, cabe uma parte, eu arrumo direitinho e pronto. Pra arrumar tudo é uma hora.

PESQUISADORA: E quando o senhor precisa sair aí o senhor deixa aberto?

ENTREVISTADO: Aí eu deixo o vizinho olhando. Às vezes tem segunda que é fraca aí eu não abro e vou resolver as coisas.

PESQUISADORA: Qual o dia melhor pra vender?

ENTREVISTADO: É sábado.

PESQUISADORA: Quando você quiser passar aqui eu tô aqui direto.

ENTREVISTADO: Pronto.

DADOS DO ENTREVISTADA 02	
NOME: Eunice Gouveia Ferreira Silva	TEMPO DE TRABALHO: 10 anos
IDADE: 36 anos	LOCALIZAÇÃO: Mercado Central
OCUPAÇÃO: Feirante de calçados	HORÁRIO DE TRABALHO: 07:00 às 17:00
NOME DA BANCA: Luck Calçados	SETOR: Rosa
DATA E HORÁRIO: 26/07/2022, 13:00	Nº DE FUNCIONÁRIOS: 2

[APRESENTAÇÃO DA PESQUISADORA, CONVITE PARA PARTICIPAR DA PESQUISA E COLHEITA DAS INFORMAÇÕES]

PESQUISADORA: Nice você pode me dizer seu nome completo?

ENTREVISTADA: Meu nome é Eunice Gouveia Ferreira Silva

PESQUISADORA: E quantos anos você tem?

ENTREVISTADA: Tenho 36 anos, sou divorciada. Trabalho aqui na Luck Calçados há três meses, mas já sou feirante há dez anos e sempre gostei de vender as coisas principalmente aqui na Feira Central de Campina Grande.

PESQUISADORA: Você começou a ir pra feira com quantos anos?

ENTREVISTADA: Com sete anos eu vinha com meu avô e com meu pai aí aprendi a ter gosto por vender as coisas, meu avô tinha um banco de frutas aí ele me mandava ajudar e eu apurava 15,00 e ficava feliz da vida. Ele me deixava vender e depois eu comprava as coisas pra mim e fui me acostumando e fui ficando adolescente e comecei a vender avon. Aí já vendi roupa de Santa Cruz pra mim mesma e vendo calçados até hoje.

PESQUISADORA: E aqui na feira você gosta de trabalhar?

ENTREVISTADA: Trabalhando aqui a gente fica mais próximo do cliente, conversando e vai criando um certo tipo de carinho também. É diferente de uma loja de fora da feira, aqui o cliente chega senta e diz tô precisando disso, aí você vai e entende às vezes o cliente acaba levando o produto só pela atenção que você dá ao cliente.

PESQUISADORA: Como você chama a atenção dos clientes?

ENTREVISTADA: O clientes às vezes passam olhando mais devagar então eu converso pergunto e mostro os produtos, porque às vezes eles não estão encontrando o que querem, mas a gente mostra e sabe que tem.

PESQUISADORA: Na loja vocês usam redes sociais?

ENTREVISTADA: Tem sim nosso gerente administra, a gente usa mais como divulgação porque as vendas são feitas mais aqui na loja.

PESQUISADORA: Como é sua rotina na loja no dia a dia?

ENTREVISTADA: Três dias na semana a gente chega de sete horas e três dias na semana a gente chega de sete e meia. Aí a primeira coisa a fazer é abrir a loja, fazer a limpeza, ligar a maquineta e esperar chegar cliente. Tenho hora de almoço, mas vem pra cá quando eu preciso sair eu saio. Na semana nós saímos de cinco horas da tarde, no sábado saímos às quatro. Eu venho de outra cidade moro em Lagoa Seca na zona rural no sítio Floriano, mas tem transporte direto pra lá, tem alternativo e ônibus.

PESQUISADORA: E daqui pra tua casa é quanto tempo?

ENTREVISTADA: 25 minutos

PESQUISADORA: E como vocês costumam arrumar os calçados?

ENTREVISTADA: A gente sempre tá mudando as mercadorias, chegam muitos calçados e sempre tem gente passando principalmente dia de feira quinta, sexta e sábado aí tem que ter atrativo.

PESQUISADORA: Outros familiares irmãos ou filhos seus trabalham na feira?

ENTREVISTADA: Meu avô vendia fruta, meu pai era na Feira da Prata e meu filho trabalha num mercadinho dentro daqui da feira. Eu vinha pra feira com meu avô quatro horas da manhã e chegava em casa sete horas da noite diga aí. Meu pai tinha um carro que se chamava rural verde e branco tipo uma caminhoneta e eu adorava andar na rural dele. Somos em quatro irmãos lá em casa, mas só eu trabalho de feirante.

PESQUISADORA: Então você criou seu filho com o sustento da feira?

ENTREVISTADA: Sim, eu sou divorciada desde que meu filho tinha dez anos de idade hoje ele tem vinte anos, mas ele sempre morou comigo. Meu ex-marido nunca me ajudou nunca deu pensão nem nada, mas graças a Deus eu venci e criei meu filho trabalhando.

PESQUISADORA: Tá lindo esse da moleca? Tá numa moda esse será que esquentar?

ENTREVISTADA: Não esquentar não.

PESQUISADORA: A preta tá linda

ENTREVISTADA: Tem rosa também é 120,00 a vista tem desconto.

[DUAS CLIENTES CHEGAM NA BANCA]

ENTREVISTADA: Diga senhora é o que pra senhora é pra menina?

ENTREVISTADA: Elas estão pesquisando os preços.

[LATIDAS DE CACHORROS]

DADOS DO ENTREVISTADA 03	
NOME: Maria do Socorro Pereira	TEMPO DE TRABALHO: 03 meses
IDADE: 61 anos	LOCALIZAÇÃO: Rua Manoel Pereira Leite
OCUPAÇÃO: Feirante de artesanato	HORÁRIO DE TRABALHO: 06:30 às 15:00
NOME DA BANCA: Central do artesanato	SETOR: Rosa
DATA E HORÁRIO: 27 de julho de 2022	Nº DE FUNCIONÁRIOS: 02

[APRESENTAÇÃO DA PESQUISADORA, CONVITE PARA PARTICIPAR DA PESQUISA E COLHEITA DAS INFORMAÇÕES]

PESQUISADORA: Qual a idade da senhora?

ENTREVISTADA: 61 anos

PESQUISADORA: E o seu nome completo?

ENTREVISTADA: Maria do Socorro Pereira

[UM CLIENTE CHEGA NA LOJA]

ENTREVISTADA: Diga!

CLIENTE: Tem um bodin aí?

ENTREVISTADA: Bode tem não.

CLIENTE: Porque eu queria um filhote daqueles empalhados.

PESQUISADORA: A senhora trabalha aqui há quanto tempo?

ENTREVISTADA: Eu e meu marido estamos trabalhando a poucos dias porque o meu cunhado que é o dono está doente sabe. Ele tava internado teve trombose. Aí a gente abre a loja de segunda a sexta.

PESQUISADORA: Da família da senhora outras pessoas trabalham na feira?

ENTREVISTADA: Não, só eu e meu esposo Antônio.

PESQUISADORA: De onde vem os produtos da loja?

ENTREVISTADA: Vem do Ceará, do Pernambuco pelos atravessadores vem de longe.

PESQUISADORA: Vocês ficam fixos aqui na Feira Central?

ENTREVISTADA: É nós não saímos pra outras feiras não.

PESQUISADORA: Qual o horário de abertura e fechamento da loja?

ENTREVISTADA: Seis e meia a gente abre e eu começo a fechar de três horas. Porque demora pra organizar e guardar tudo no lugar.

PESQUISADORA: Como vocês fazem para atrair os clientes? Eu vejo que a loja de vocês visualmente já é muito atrativa.

ENTREVISTADA: Os cliente já vem procurar direto essa loja porque ele é muito conhecida, então geralmente quem vem já sabe onde é.

PESQUISADORA: A loja tem rede sociais para divulgação dos produtos?

ENTREVISTADA: Não, a melhor divulgação é o boca a boca visse, o melhor comercial que tem é de boca a boca.

PESQUISADORA: Quais as formas de pagamento que a loja possui?

ENTREVISTADA: Tem pix, cartão e dinheiro.

PESQUISADORA: A senhora já fez muita amizade aqui na feira?

ENTREVISTADA: Eu sou da paz todo mundo é meu amigo eu atendo bem e assim vai.

PESQUISADORA: O material dos produtos é muito bom.

ENTREVISTADA: É sim esse artesanato não se caba nunca esses de palha, só se pegar fogo, tirando isso.

DADOS DA ENTREVISTADA 04	
NOME: Simone Matias	TEMPO DE TRABALHO: 5 anos
IDADE: 26 anos	LOCALIZAÇÃO: Rua Cristóvão Colombo
OCUPAÇÃO: Feirante de verduras	HORÁRIO DE TRABALHO: 07:00 às 18:00
NOME DA BANCA: não possui	SETOR: Verde
DATA E HORÁRIO: 27/07/2022, às 13:00	Nº DE FUNCIONÁRIOS: 1

[APRESENTAÇÃO DA PESQUISADORA, CONVITE PARA PARTICIPAR DA PESQUISA E COLHEITA DAS INFORMAÇÕES]

PESQUISADORA: Pode me informar seu nome e sua idade?

ENTREVISTADA: Meu nome é Simone Matias e eu tenho 26 anos

PESQUISADORA: Você mora aqui em Campina?

ENTREVISTADA: Eu moro em Lagoa Seca no sítio Pau Ferro.

PESQUISADORA: Há quanto tempo você trabalha aqui na feira?

ENTREVISTADA: 5 anos

PESQUISADORA: Trabalha só na feira daqui?

ENTREVISTADA: Eu só trabalho aqui

PESQUISADORA: Qual o horário que você chega aqui na feira pra trabalhar?

ENTREVISTADA: Chego sete da manhã.

PESQUISADORA: E como você vem?

ENTREVISTADA: Eu venho de carro.

PESQUISADORA: O carro é seu ou vem de ônibus?

ENTREVISTADA: Venho de carro próprio

PESQUISADORA: Quanto tempo demora pra montar a sua banca?

ENTREVISTADA: Meia hora

PESQUISADORA: E vai embora que horas?

ENTREVISTADA: Cinco e meia ou seis da tarde

PESQUISADORA: Esse ponto de vendas é sua propriedade?

ENTREVISTADA: Não é um ponto alugado

PESQUISADORA: Quais são os dias que você vem para a feira?

ENTREVISTADA: Eu venho de terça-feira a sábado. No domingo eu não trabalho nem na segunda que eu fico pra resolver minhas coisas, pra limpar minha casa e pra descansar.

PESQUISADORA: De onde vem as verduras que você vende?

ENTREVISTADA: Eu pego tudo pra revender da Seasa. E só vendo verduras porque vender frutas dá muito trabalho.

PESQUISADORA: E você guarda as verduras?

ENTREVISTADA: Eu embalo tudo e guardo aqui no ponto mesmo, é seguro tem vigia aqui na rua.

PESQUISADORA: Como você aceita os pagamentos? É só no dinheiro ou tem outras formas?

ENTREVISTADA: No dinheiro e no pix também, mas prefiro no dinheiro é melhor que recebe na hora, o pix às vezes a internet tá ruim o sinal ou a pessoa diz que vai fazer depois. E se cair numa conta errada já era.

PESQUISADORA: O que você faz usa para chamar atenção da freguesia?

ENTREVISTADA: Eu vendo meus produtos gritando mesmo tem de 1,00 e de 2,00 assim eu anúncio minhas verduras.

PESQUISADORA: Qual o nome da sua banca?

ENTREVISTADA: Não tem

PESQUISADORA: E hoje sua família trabalha na feira com você?

ENTREVISTADA: Sim eu e meu marido que trabalhamos, a banca dele é essa aqui em frente a minha, nós tiramos nosso sustento aqui da feira. Nós trabalha nós dois juntos.

PESQUISADORA: Você utiliza alguma rede social (*Facebook, Instagram, YouTube*) para divulgar sua banca?

ENTREVISTADA: Não minha comunicação é só aqui mesmo.

PESQUISADORA: Você gosta de trabalhar aqui na feira?

ENTREVISTADA: Gosto muito, coisa boa é fazer o que você gosta. Quando você trabalha com boa vontade tudo é bom, tudo dá certo. Aqui é tão tem tudo, eu adoro tá aqui esse foi o serviço que eu mais gostei eu já trabalhei em outros cantos.

PESQUISADORA: Trabalhasse onde?

ENTREVISTADA: Eu trabalhava em casa de família, aí saí e vim pra cá, mas falar de querer tá lá pra aqui eu prefiro tá aqui. Aqui na feira é bom mulher

[UMA CLIENTE CHEGA NA BANCA PRA PEDIR INFORMAÇÃO SOBRE UMA LOJA]

[CHEGA UM SENHOR QUE PEGA RESTOS DE COMIDA PRA ANIMAIS CHEGA NA BANCA PRA PEDINDO CAFÉ]

[UMA CLIENTE CHEGA NA BANCA PARA COMPRAR VERDURAS]

ENTREVISTADA: Quer aí fia?

FREGUESA 1: Tá quanto o coentro?

ENTREVISTADA: Tem de 2,00 e de 1,00 a cebolinha é 1,00 o tomate é 2,00

FREGUESA 1: O alface tá quanto?

ENTREVISTADA: É 1,00, a batatinha sai a 2,00, o chuchu é 1,00. Tudo deu 10,00 quer o que mais?

FREGUESA 1: Eu vou comprar outras coisas eu posso deixar as verduras aqui e depois eu pego? Eu venho já já!

ENTREVISTADA: Vou deixar aqui dentro viu.

[OUTRA CLIENTE CHEGA NA BANCA PARA COMPRAR VERDURAS E FALA SOBRE SUA VIDA]

FREGUESA 2: O bairro de Zé Pinheiro é o bairro maior que tem minha mãe morou lá desde 1943 morreu agora em 21 de dezembro com 98 anos. Eu ainda choro porque eu cuidei del até o fim, eu vim aumentar de peso agora eu não conseguia nem falar. Se tu ver ela deixou neto, bisneto e tataraneto. Tchau vocês.

DADOS DO ENTREVISTADO 05	
NOME: Raimundo Caetano da Silva	TEMPO DE TRABALHO:
IDADE: 59 anos	LOCALIZAÇÃO: Rua Afonso Campos
OCUPAÇÃO: Feirante ambulante de alho	HORÁRIO DE TRABALHO: 07:00 às 17:00
NOME DA BANCA: não possui	SETOR: Verde
DATA E HORÁRIO: 19/02/2022, 80:00	Nº DE FUNCIONÁRIOS: não se aplica

[APRESENTAÇÃO DA PESQUISADORA, CONVITE PARA PARTICIPAR DA PESQUISA E COLHEITA DAS INFORMAÇÕES]

ENTREVISTADO: É 2,00 reais, é 2,00 reais, é 2,00 reais.

PESQUISADORA: O senhor vende seu alho só aqui na entrada ou circula pela feira?

ENTREVISTADO: Não eu fico só aqui na frente daqui pra ali e de lá pra cá.

PESQUISADORA: Quando chegam clientes pra comprar verduras nos balaies aí o senhor aproveita né?

ENTREVISTADO: É sim.

PESQUISADORA: Como é o nome do senhor?

ENTREVISTADO: Raimundo Caetano da Silva

PESQUISADORA: E a idade do senhor?

ENTREVISTADO: 59

PESQUISADORA: Vende muito?

ENTREVISTADO: Eu vendo um bucado.

PESQUISADORA: O senhor vem todos os dias?

ENTREVISTADO: Venho todo dia sim.

PESQUISADORA: Gosta de trabalhar na feira?

ENTREVISTADO: Eu gosto muito é melhor que tá em casa sem fazer nada.

DADOS DO ENTREVISTADO 06	
NOME: Agnaldo Batista	TEMPO DE TRABALHO:
IDADE: 60 anos	LOCALIZAÇÃO: Centro Cultural
OCUPAÇÃO: Gerente da feira	SETOR: Mercado Central
NOME DA BANCA: Não se aplica	Nº DE FUNCIONÁRIOS: Não se aplica
DATA E HORÁRIO: 05 de agosto de 2022	MINUTAÇÃO: 01h18min

[APRESENTAÇÃO DA PESQUISADORA, CONVITE PARA PARTICIPAR DA PESQUISA E COLHEITA DAS INFORMAÇÕES]

PESQUISADORA: Eu gostaria de saber sobre as questões administrativas da feira, sobre a relação da gerência com os/as feirantes?

ENTREVISTADO: Eu vou começar de trás pra frente, eu início falando que a feira hoje ela é mais objeto de estudo, a universidade ele vem ela pesquisa, ela faz o diagnóstico, é como se a feira fosse um paciente e ela sabe o tipo de doença que o paciente tem, mas o antídoto nunca chega, que é o feedback.

[UMA FUNCIONÁRIA CHEGA COM CAFÉ]

PESQUISADORA: Pode interromper quando for preciso a entrevista.

ENTREVISTADO: Então veja bem eu entrei aqui na feira em 2005, quando eu entrei na feira foi um amigo meu que me perguntou Agnaldo tu quer gerenciar a feira central ou o cemitério? Porque como a gente é agente político cargo comissionado e prestador de serviço tem tudo a ver com política, que não é diferente na feira. Tem um livro de Elpídio de Almeida que ele faz um relato sobre a feira central e esse relato é de 1941 olhe quanto tempo faz e ele já diz que essa feira ela é puramente política, partido A e partido B. Quando ela começou lá na Maciel Pinheiro pra vim pra cá foi por conta da política. Hoje a feira é muito mais objeto de estudo, olha a universidade dentro da feira, o que é que a universidade vai trazer de positivo pra dentro da feira?

[AGNALDO RECEBE UM TELEFONEMA SOBRE A QUEDA DE TELHADO DE UM PRÉDIO NA FEIRA CENTRAL]

PESQUISADORA: Foi perto daqui a queda do telhado?

ENTREVISTADO: Aqui na outra rua.

[AGNALDO ME MOSTRA A FOTO DO PRÉDIO]

ENTREVISTADO: Então só pra você ter uma ideia essa feira tem uma área de 75.000 metros quadrados 4.400 pontos comerciais você imagine se você for olhar e analisar 4.400 pontos comerciais aí coloque duas pessoas pra trabalhar são 8.000 pessoas trabalhando por dia. Agora quantas pessoas trabalham numa farmácia, num armazém, os alternativos que vem das cidades vizinhas, os ambulantes, os pega frete e sem contar com os moradores. Porque a feira tem o mercado e tem nove ruas adjacentes e todos esses setores têm pessoas morando às vezes nas edificações o comércio é embaixo, mais no primeiro e segundo andar tem pessoas morando. Então quando você vê um território como esse central onde deveria ter um olhar diferenciado não só pela população, mas pelo poder público.

PESQUISADORA: O universo da feira é muito grande para que uma única pesquisa der conta, acho que um programa de pesquisa dentro da feira ainda não daria conta da imensidão da feira.

ENTREVISTADO: Agora tu imagina a gente lidar com a situação da feira desde uma edificação que está no território da feira, mas foge dentro da nossa responsabilidade porque é um prédio particular. Mesmo assim chega ao nosso conhecimento e cabe a nós informar as autoridades competentes do risco. O plano de mídia isso aí pe o grande fracasso da feira central, nós estamos aqui no espaço cultura da feira central quem foi que criou isso? A gente, porque eu era pequeno quando eu trabalhava aqui na feira.

PESQUISADORA: E você trabalhava de que?

ENTREVISTADO: Eu vendia verduras. Primeiro minha vó tinha um banco de comida por trás aqui da carne de charque, eu dormia na casa da minha vó e quando ela vinha de madrugada a gente tinha prazer de vim pra feira. Agora por que eu vinha pra feira? Porque eu achava bom minha vó começada a cortar o picado e eu pegava o fígado mesmo sem tá pronto e butava na boca chega minha boca encheu d'água agora. Então hoje o plano de mídia não tá tendo uma efetividade na feira a não ser pra o lado negativo, se acontece um assalto, um atropelamento, um furto por exemplo na Rua Tavares Cavalcante eles vão dizer que foi na feira central, na Vila Nova da Rainha, Rua Quebra Quilos, Avenida Canal sempre dizem que é na feira central e associam as notícias negativas. E o lado positivo a força do comerciante quem e que faz a feira é o comerciante, a feira não pode mais viver apenas na tradição a feira hoje está vivendo de história, mas a história não dá lucro para o comerciante.

[PERCEBI QUE O PLANO DE MÍDIA AO QUAL AGNALDO SE REFERE É A PROJEÇÃO DA FEIRA NA MÍDIA LOCAL]

ENTREVISTADO: Dificilmente a gente vê uma reportagem para elevar aquele comerciante que tá aqui na feira a mais de sessenta anos trabalhando. Aquele camarada que sai de casa, um exemplo que eu acho fantástico é o do pega frete, ele sai com a fé e a coragem em Deus. Aí ele vem com a carroça pega frete, pega, pega, no final do dia ele conseguiu aquele dinheiro ele faz feira dele pra levar pra casa e ainda leva um sorriso e agradecendo a Deus. Muitas vezes esse trabalhador é anônimo, mas ele tem um papel fundamental na feira, mas ninguém nunca parou pra ver a importância dele dentro da feira.

PESQUISADORA: Você pode falar um pouco sobre o papel do gerente da feira?

ENTREVISTADO: O gerente da feira ele é a ponte entre o comerciante e os órgãos que estão atrelados a prefeitura.

ENTREVISTADO: A partir do momento que a mídia deixou de propagar o tipo de evento que a gente tá fazendo aqui, isso aqui é história esse cidadão (nesse momento ele se refere a um artista popular da feira) muita gente vai dizer vigi que negócio feio, mas ninguém vai ver a

história desse homem como ele ganha o dinheirinho dele, um trabalho que deveria ser mostrado de uma forma diferenciada. Esse daqui que ele trabalha vizinho ao El Dorado fazendo sela são poucos que trabalham com isso, a memória desse povo, a gente tem vários banners de pessoas que não estão mais com a gente, senhoras que vendiam temperos e raízes, mas não era só vender era a conversa, a simpatia e o saber popular. Então essas coisas que só têm na feira em outro canto você não vê.

ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP/UFRN

UFRN - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO GRANDE DO
NORTE - LAGOA NOVA
CAMPUS CENTRAL



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: FOLKCOMUNICAÇÃO, MEDIAÇÕES E CONSUMO EM CONTEXTOS REGIONAIS:
UMA CARTOGRAFIA DA FEIRA CENTRAL DE CAMPINA GRANDE (PB)

Pesquisador: Ermaela Cicera Silva

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 49783221.5.0000.5537

Instituição Proponente: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.945.947

Apresentação do Projeto:

Trata-se de um protocolo de pesquisa com nível de abrangência de Mestrado, proposto pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM). A pesquisa é do tipo qualitativa envolve uma abordagem naturalista, interpretativa, para mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender, ou interpretar, os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem. Nessa pesquisa será utilizada a Cartografia Simbólica como recurso metodológico adequado à investigação, uma vez que permite o entendimento de fenômenos comunicacionais, culturais, folclóricos e sociológicos. A Cartografia Simbólica surge com a proposta de mapear, cartografar, localizar, colher e analisar dados referentes aos aspectos sociais, culturais e políticos da sociedade. A metodologia cartográfica permite traçar um itinerário de conhecimento da área pesquisada a partir da construção de categorias de análise com intuito de categorizar para obter uma análise satisfatória, essas categorias podem sofrer modificações inclusive na inserção do pesquisador(a) no campo. Essas categorias serão referenciais de cunho analítico para o desenvolvimento da pesquisa, que subsidiarão a investigação no momento da ida ao campo e no momento da organização e análise dos dados da pesquisa. Nessa fase, articula-se categorias de observação e análise comunicacionais, culturais e sociais, por meio de indicadores que nortearão a análise da pesquisa: comunicação visual e verbal; interação social e simbólica; recorte espacial e simbólico; circuitos

Endereço: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus Central, s/n.

Bairro: Lagoa Nova

CEP: 59.078-970

UF: RN

Município: NATAL

Telefone: (84)3215-3135

Fax: (84)99193-6266

E-mail: cepufrn@reitoria.ufrn.br

UFRN - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO GRANDE DO
NORTE - LAGOA NOVA
CAMPUS CENTRAL



Continuação do Parecer: 4.945.947

comunicacionais; religiosidade e cultura tradicional.

Objetivo da Pesquisa:

Hipótese:

Os processos comunicacionais existentes entre feirantes e consumidores da Feira Central de Campina Grande (PB) são narrativas folkcomunicacionais, onde predominam a interação face a face, a comunicação verbal, não verbal e simbólica.

Objetivo Primário:

Investigar os processos comunicacionais existentes entre feirantes e consumidores, na Feira Central de Campina Grande (PB), no contexto da Folkcomunicação e das Epistemologias do Sul.

Objetivo Secundário:

Caracterizar a prática das feiras livres dentro do universo da Folkcomunicação, especificamente, o que diz respeito ao consumo e a presença dos agentes folkcomunicacionais;

Analisar os rituais de consumo na feira livre e a polissemia de manifestações da cultura popular no contexto da Folkcomunicação e das Epistemologias do Sul;

Perfilar os agentes folkmediáticos e os processos de atualização da Folkcomunicação.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

No quesito riscos para a realização da coleta de dados, a questão que se apresenta é a pandemia da Covid-19, no entanto, nesta feira livre, a Feira Central de Campina Grande (PB), as atividades não estão paradas. A feira continua ocorrendo de segunda-feira a sábado, geralmente das 07:00 às 17:00, mas a Administração da Feira Central juntamente com a Prefeitura Municipal desde o início da pandemia vem desenvolvendo ações de prevenção e controle da expansão do vírus. Ações que se pode destacar como: distribuição de máscaras, campanhas de conscientização, instalação de pontos de higienização das mãos e vacinação dentro das dependências do Mercado Central. Além destas, pode-se destacar a higienização da feira por parte da equipe da Secretaria de Serviços Urbanos e Meio Ambiente (Sesuma) e medidas de distanciamento como compras por meio de QR Code em determinados pontos comerciais. Assim, considera-se que a realização da observação e das entrevistas se torna viável, uma vez que o local segue os protocolos de prevenção e controle ao vírus e o trabalho será realizado seguindo as recomendações de

Endereço: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus Central, s/n.
Bairro: Lagoa Nova **CEP:** 59.078-970
UF: RN **Município:** NATAL
Telefone: (84)3215-3135 **Fax:** (84)99193-6266 **E-mail:** cepufrn@reitoria.ufrn.br

**UFRN - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO GRANDE DO
NORTE - LAGOA NOVA
CAMPUS CENTRAL**



Continuação do Parecer: 4.945.947

distanciamento social de 2 metros por pessoa, uso obrigatório de máscaras e de álcool em gel. E ainda como reforço ao que foi colocado é possível estabelecer o critério de escolha de participantes que já tenham sido vacinados contra o Covid-19. Durante a realização da pesquisa poderão ocorrer eventuais desconfortos e possíveis riscos: os(as) participantes selecionados podem ao longo da coleta de dados sentirem algum desconforto com relação ao procedimento como timidez e/ou vergonha em responder aos questionamentos. Esses riscos poderão ser minimizados com as seguintes ações: a pesquisadora utilizará uma linguagem simples e acessível para evitar incompreensões, a coleta de dados será precedida de observação simples feita anteriormente e conversas serão realizadas a fim de criar um vínculo entre pesquisadora e sujeitos pesquisados. Asseguradas essas colocações podem-se realizar a pesquisa de campo e coleta de dados com segurança, enfatizamos a pesquisa de campo é essencial para esta pesquisa devido à natureza dos dados necessários para a análise e interpretação. Não consideramos que haja outros riscos na pesquisa.

Benefícios:

Os resultados serão publicados em forma de dissertação e divulgados entre a comunidade científica, na feira livre e os participantes, com o intuito de fazer uso das conclusões obtidas a respeito da comunicação e da cultura popular.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A pesquisa é interessante e poderá aprofundar o conhecimento acerca da comunicação e da cultura popular.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Estão adequados na atual versão do protocolo de pesquisa.

Recomendações:

Constitui obrigação ética do pesquisador, enviar os relatórios da pesquisa.

Desenvolver o protocolo de pesquisa em conformidade com a versão aprovada pelo CEP.

Endereço: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus Central, s/n.
Bairro: Lagoa Nova **CEP:** 59.078-970
UF: RN **Município:** NATAL
Telefone: (84)3215-3135 **Fax:** (84)99193-6266 **E-mail:** cepufrn@reitoria.ufrn.br

**UFRN - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO GRANDE DO
NORTE - LAGOA NOVA
CAMPUS CENTRAL**



Continuação do Parecer: 4.945.947

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

O CEP Central/UFRN procedeu análise das respostas às pendências elencadas em parecer Consubstanciado 4.895.429

Pendência nº 01

RCLE- A forma do registro da concordância do participante de pesquisa pode ser de vários formatos na pesquisa qualitativa da área das humanidades. Como o pesquisador optou pelo registro escrito, esse deverá ser redigido em linguagem simples, de fácil entendimento e adequada para a população do estudo. O RCLE apresentado necessita de adequações, a linguagem deve ser simplificada. O motivo da pesquisa contido no RCLE está muito técnico, não vai atingir a compreensão dos trabalhadores da feira livre. Palavras como: fronteiras teóricas e metodológicas na compreensão dos fluxos de comunicação e das trocas culturais entre a cultura local e a cultura global, viés, folkcomunicação na averiguação dos processos comunicacionais, atores sociais, elementos do processo comunicativo, destrinchando os espaços sociais como territórios existenciais.

Resposta à pendência:

Em resposta a pendência nº 1, realizamos a análise e revisão do texto do RCLE e em seguida adequamos o conteúdo com a linguagem simplificada e acessível para garantir a compreensão do documento por parte dos participantes da pesquisa. Consideramos as adequações propostas pelo CEP pertinentes a execução da fase de coleta de dados da pesquisa e no sistema da Plataforma Brasil foi anexado um documento novo do RCLE, em formato word e pdf, modificado com as devidas adequações.

ANÁLISE DO CEP CENTRAL UFRN: Pendência atendida.

Pendência nº 02

Acrescentar no RCLE, os riscos referentes à contaminação pelo novo corona vírus e as medidas preventivas que serão tomadas pelos pesquisadores.

Resposta

Em resposta a pendência nº 2, realizamos revisão e edição do texto do RCLE e em seguida acrescentamos ao conteúdo do documento os riscos referentes à contaminação pelo SARs-Cov-2 Covid-19 e detalhamos as medidas de prevenção que serão adotadas na coleta de dados. Consideramos as alterações propostas pelo CEP pertinentes a execução da fase de coleta de dados da pesquisa e no sistema da Plataforma Brasil foi anexado um documento novo do RCLE, em formato word e pdf, modificado com as devidas adequações.

Endereço: Universidade Federal do Rio Grande do Norte / Campus Central, s/n.
Bairro: Lagoa Nova **CEP:** 59.078-970
UF: RN **Município:** NATAL
Telefone: (84)3215-3135 **Fax:** (84)99193-6266 **E-mail:** cepufrn@reitoria.ufrn.br

UFRN - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO GRANDE DO
NORTE - LAGOA NOVA
CAMPUS CENTRAL



Continuação do Parecer: 4.945.947

ANÁLISE DO CEP CENTRAL UFRN: Pendência atendida.

Pendência nº 03

No campo riscos da pesquisa no PB projeto de pesquisa, manter o texto original, porém acrescido do parágrafo que consta no RCLE e transcrito a seguir: Durante a realização da pesquisa poderão ocorrer eventuais desconfortos e possíveis riscos: os(as) participantes selecionados podem ao longo da coleta de dados sentirem algum desconforto com relação ao procedimento como timidez e/ou vergonha em responder aos questionamentos. Esses riscos poderão ser minimizados com as seguintes ações: a pesquisadora utilizará uma linguagem simples e acessível para evitar incompreensões, a coleta de dados será precedida de observação simples feita anteriormente e conversas serão realizadas a fim de criar um vínculo entre pesquisadora e sujeitos pesquisados.

Resposta à pendência:

Em resposta a pendência nº 3, realizamos a inserção do parágrafo do RCLE, no PB (Projeto Brochura - Projeto de Pesquisa Detalhado) o qual o parecer consubstanciado indicou como pendência. A alteração pode ser encontrada, no texto do PB no item 7.1 Riscos localizado na página 20 do documento. Realizamos também a inserção do mesmo parágrafo no campo riscos, dentro do sistema da Plataforma Brasil, no caminho Cadastro do Projeto – Detalhamento do Estudo - Riscos. No sistema da Plataforma Brasil foi anexado um documento novo do PB (Projeto Brochura - Projeto de Pesquisa Detalhado), em formato word e pdf, modificado com as devidas adequações.

ANÁLISE DO CEP CENTRAL UFRN: Pendência atendida.

De acordo com as atribuições definidas na Resolução CNS nº 466 de 2012 e na Norma Operacional nº 001 de 2013 do CNS, o CEP Central/UFRN manifesta-se pela aprovação do protocolo de pesquisa, considerando que todas as pendências foram sanadas.

ORIENTAÇÕES PARA CONDUÇÃO DE PESQUISAS DURANTE A PANDEMIA DO SARS-COV2

A Conep, Comissão Nacional de Ética em Pesquisa, por meio do documento ORIENTAÇÕES PARA CONDUÇÃO DE PESQUISAS E ATIVIDADE DOS CEP DURANTE A PANDEMIA PROVOCADA PELO CORONAVÍRUS SARS-COV-2 (COVID-19), de 09 de maio de 2020, na página 02, orienta que:

“3.1. Aconselha-se a adoção de medidas para a prevenção e gerenciamento de todas as atividades de pesquisa, garantindo-se as ações primordiais à saúde, minimizando prejuízos e potenciais

Endereço: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus Central, s/n.
Bairro: Lagoa Nova **CEP:** 59.078-970
UF: RN **Município:** NATAL
Telefone: (84)3215-3135 **Fax:** (84)99193-6266 **E-mail:** cepufrn@reitoria.ufrn.br

UFRN - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO GRANDE DO
NORTE - LAGOA NOVA
CAMPUS CENTRAL



Continuação do Parecer: 4.945.947

riscos, além de prover cuidado e preservar a integridade e assistência dos participantes e da equipe de pesquisa.

3.2. Em observância às dificuldades operacionais decorrentes de todas as medidas impostas pela pandemia do SARS-CoV-2 (Covid-19), é necessário zelar pelo melhor interesse do participante da pesquisa, mantendo-o informado sobre as modificações do protocolo de pesquisa que possam afetá-lo, principalmente se houver ajuste na condução do estudo, cronograma ou plano de trabalho.

3.3. Em virtude disso, enquanto perdurar o estado de emergência de saúde pública decorrente da Covid-19, recomenda-se que os CEP e toda a comunidade científica adotem, para a condução dos protocolos de pesquisa envolvendo seres humanos, as orientações da Conep, observando, ainda, no que couber, as diretrizes adotadas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).

(...)

3.6. Caso sejam necessários a suspensão, interrupção ou o cancelamento da pesquisa, em decorrência dos riscos imprevisíveis aos participantes da pesquisa, por causas diretas ou indiretas, caberá aos investigadores a submissão de notificação para apreciação do Sistema CEP/CONEP."

Vale mencionar que, diante das recomendações governamentais e da Organização Mundial de Saúde, a UFRN, através da Portaria N° 452/2020-R, em 17 de março de 2020, no Art. 2º, "autoriza as atividades de extensão e de pesquisa que, por sua natureza, não impliquem aglomeração de pessoas, cabendo aos responsáveis avaliar as condições para cumprimento das recomendações das autoridades sanitárias."

Por fim, recomendam-se ações que visem salvaguardar os envolvidos, participantes e pesquisadores, nas atividades de pesquisa, como, por exemplo, a aplicação de instrumentos (questionários, entrevistas, entre outros) de forma on-line e mais outras medidas que se julguem necessárias. Quaisquer dúvidas podem ser direcionadas aos nossos canais de comunicação: número móvel (84) 9.9193-6266, endereço de e-mail cepufrn@reitoria.ufrn.br ou formulário de contato do site <www.cep.ufrn.br>.

Endereço: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus Central, s/n.
Bairro: Lagoa Nova **CEP:** 59.078-970
UF: RN **Município:** NATAL
Telefone: (84)3215-3135 **Fax:** (84)99193-6266 **E-mail:** cepufrn@reitoria.ufrn.br

**UFRN - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO GRANDE DO
NORTE - LAGOA NOVA
CAMPUS CENTRAL**



Continuação do Parecer: 4.945.947

Considerações Finais a critério do CEP:

Em conformidade com a Resolução 466/12 e ou a Resolução 510/16 do Conselho Nacional de Saúde - CNS e Manual Operacional para Comitês de Ética - CONEP é da responsabilidade do pesquisador responsável:

1. Elaborar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE em duas vias, rubricadas em todas as suas páginas e assinadas, ao seu término, pelo convidado a participar da pesquisa, ou por seu representante legal, assim como pelo pesquisador responsável, ou pela (s) pessoa (s) por ele delegada(s), devendo as páginas de assinatura estar na mesma folha (Res. 466/12 - CNS, item IV.5d);
2. Desenvolver o projeto conforme o delineado (Res. 466/12 - CNS, item XI.2c);
3. Apresentar ao CEP eventuais emendas ou extensões com justificativa (Manual Operacional para Comitês de Ética - CONEP, Brasília - 2007, p. 41);
4. Descontinuar o estudo somente após análise e manifestação, por parte do Sistema CEP/CONEP/CNS/MS que o aprovou, das razões dessa descontinuidade, a não ser em casos de justificada urgência em benefício de seus participantes (Res. 446/12 - CNS, item III.2u);
5. Elaborar e apresentar os relatórios parciais e finais (Res. 446/12 - CNS, item XI.2d);
6. Manter os dados da pesquisa em arquivo, físico ou digital, sob sua guarda e responsabilidade, por um período de 5 anos após o término da pesquisa (Res. 446/12 - CNS, item XI.2f);
7. Encaminhar os resultados da pesquisa para publicação, com os devidos créditos aos pesquisadores associados e ao pessoal técnico integrante do projeto (Res. 446/12 - CNS, item XI.2g) e,
8. Justificar fundamentadamente, perante o CEP ou a CONEP, interrupção do projeto ou não publicação dos resultados (Res. 446/12 - CNS, item XI.2h).

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1789229.pdf	11/08/2021 10:12:27		Aceito
Outros	Carta_de_Respostas_s_Pendencias.pdf	11/08/2021 10:10:40	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Outros	Carta_de_Respostas_s_Pendencias.docx	11/08/2021 10:10:17	Ermaela Cicera Silva	Aceito

Endereço: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus Central, s/n.
Bairro: Lagoa Nova **CEP:** 59.078-970
UF: RN **Município:** NATAL
Telefone: (84)3215-3135 **Fax:** (84)99193-6266 **E-mail:** cepufrn@reitoria.ufrn.br

**UFRN - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO GRANDE DO
NORTE - LAGOA NOVA
CAMPUS CENTRAL**



Continuação do Parecer: 4.945.947

Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_de_Pesquisa_Ermaela_Cicera_ Silva_Freire_modificado.pdf	11/08/2021 10:08:39	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_de_Pesquisa_Ermaela_Cicera_ Silva_Freire_modificado.docx	11/08/2021 10:07:57	Ermaela Cicera Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_OU_RCLE_modificado.pdf	11/08/2021 10:07:11	Ermaela Cicera Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_OU_RCLE_modificado.docx	11/08/2021 10:06:32	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Outros	Instrumento_de_Pesquisa.pdf	07/07/2021 13:29:25	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Outros	Instrumento_de_Pesquisa.docx	07/07/2021 13:28:57	Ermaela Cicera Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_OU_RCLE_Maiores_de_18_Anos .pdf	07/07/2021 13:28:23	Ermaela Cicera Silva	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_OU_RCLE_Maiores_de_18_Anos .docx	07/07/2021 13:27:05	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Outros	Termo_de_autorizao_para_gravacao_de_v oz_e_ou_Registro_de_Imagens_.pdf	07/07/2021 13:26:12	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Outros	Termo_de_autorizao_para_gravacao_de_v oz_e_ou_Registro_de_Imagens_.docx	07/07/2021 13:25:39	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Outros	Folha_de_identificacao_do_pesquisador.p df	07/07/2021 13:24:40	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Outros	Folha_de_identificacao_do_pesquisador.d ocx	07/07/2021 13:24:06	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Outros	Termo_de_confidencialidade.pdf	07/07/2021 13:23:12	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Outros	Termo_de_confidencialidade.docx	07/07/2021 13:22:37	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Outros	Declarao_de_Compromisso_tico_de_No lncio_da_Pesquisa.pdf	07/07/2021 13:21:30	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Outros	Declarao_de_Compromisso_tico_de_No lncio_da_Pesquisa.docx	07/07/2021 13:20:52	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_de_Pesquisa_Ermaela_Cicera_ Silva_Freire.pdf	07/07/2021 13:17:09	Ermaela Cicera Silva	Aceito

Endereço: Universidade Federal do Rio Grande do Norte 4 Campus Central, s/n.
Bairro: Lagoa Nova **CEP:** 59.078-970
UF: RN **Município:** NATAL
Telefone: (84)3215-3135 **Fax:** (84)99193-6266 **E-mail:** cepufrn@reitoria.ufrn.br

**UFRN - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO GRANDE DO
NORTE - LAGOA NOVA
CAMPUS CENTRAL**



Continuação do Parecer: 4.945.947

Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_de_Pesquisa_Ermaela_Cicera_ Silva_Freire.docx	07/07/2021 13:15:52	Ermaela Cicera Silva	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_Rosto.pdf	07/07/2021 13:11:36	Ermaela Cicera Silva	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

NATAL, 01 de Setembro de 2021

Assinado por:

PAULA FERNANDA BRANDÃO BATISTA DOS SANTOS
(Coordenador(a))

Endereço: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus Central, s/n.
Bairro: Lagoa Nova **CEP:** 59.078-970
UF: RN **Município:** NATAL
Telefone: (84)3215-3135 **Fax:** (84)99193-6266 **E-mail:** cepufrn@reitoria.ufrn.br

ANEXO B – AVISO DO REGISTRO PATRIMONIAL DO IPHAN

11/3/21, 3:05 PM

SEI/IPHAN - 0182373 - Aviso

Aviso nº 31/2017-GAB PRESI

Brasília, 07 de dezembro de 2017.

AVISO

O INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL – IPHAN dirige-se a todos os interessados para COMUNICAR que o Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural, na sua 87ª reunião, realizada no dia 27 de setembro de 2017, decidiu por unanimidade, em conformidade com a competência a si determinada por legislação federal, proceder ao Registro da "*Feira de Campina Grande/PB*", como Patrimônio Cultural do Brasil, Processo nº 01450.012500/2007-33. (0156273) Amparo legal: Decreto 6844, de 07 de maio de 2009, art. 11; Decreto Nº 3.551, de 04 de agosto de 2000; Resolução 01, de 03 de agosto de 2006.

KÁTIA SANTOS BOGÉA

Presidente



Documento assinado eletronicamente por **Katia Santos Bogea, Presidente do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, em 08/12/2017, às 15:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://sei.iphan.gov.br/autenticidade>, informando o código verificador **0182373** e o código CRC **A745C5D0**.

Referência: Processo nº 01450.902086/2017-28

SEI nº 0182373