

RELAÇÕES FOLKCOMUNICATIVAS ENTRE FEIRANTE E FREQUÊS

Felipe Bacarin Demito¹; Renata Marcelle Lara Pimentel²

RESUMO: O trabalho tem por finalidade analisar as placas utilizadas na comunicação de uma feira livre, na cidade de Maringá (PR). As feiras têm se modificado de seu modelo mais típico e hoje em dia encontram-se diferentes maneiras para o sucesso da venda. As placas são utilizadas para auxiliar o vendedor na comunicação com o freguês, e, por isso, serão o objeto deste estudo. As placas participam da feira envolvendo a parte prática comunicacional da venda. O problema que gerou este trabalho é descobrir que relações folkcomunicativas são estabelecidas entre feirante e cliente nas mensagens das placas. O objetivo geral é investigar as manifestações de comunicação em uma feira livre por meio das placas colocadas nas bancas. A feira que será utilizada como base da pesquisa é a Feira do Produtor Willie Davids. Tal evento popular acontece às quartas-feiras, a partir das 18h, e aos sábados, das 7h às 10h. É realizada na avenida Prudente de Moraes em frente ao estádio Willie Davids. A base teórica deste trabalho é a Folkcomunicação que, segundo Luiz Beltrão, fundador da teoria, é a comunicação por meio do folclore. Folclore engloba todas as manifestações vindas do povo, como dança, música, vestimentas, linguagem, enfim, tudo que caracterize esse gosto como sendo originário da camada popular. A Folkcomunicação estuda como a comunicação auxilia na popularização ou divulgação do folclore. Na pesquisa de campo, a coleta de dados se dará mediante registro da comunicação visual das placas por meio de uma câmera fotográfica. Não haverá entrevista; apenas observação. Considerando que a feira permite exploração teórica em diversas áreas, constitui-se como um ambiente que estimula pesquisas. O trabalho pode contribuir para esclarecer dúvidas quanto à comunicação nesse espaço, que é a feira livre. Espera-se que, com o estudo proposto, a comunicação, principalmente a visual, realizada pelas placas, existente nessa manifestação popular, seja mostrada em fotografias e contextualizada/explorada, analiticamente, com base teórico-metodológica folkcomunicativa.

PALAVRAS-CHAVES: Feira livre; Folkcomunicação; Placas

¹ Discente do curso de Comunicação Social – Jornalismo. Departamento de Comunicação Social do Cesumar, Maringá - PR. felipebacarin@gmail.com

² Docente do curso de Comunicação Social (Jornalismo e Publicidade e Propaganda). Departamento de Comunicação Social do Cesumar, Maringá - PR. renatalara@cesumar.br