

ENTRE O ENIGMA DA CIDADE E O *FEED* DIGITAL: A FEIRA DAS BRECHOLEIRAS E O TERRITÓRIO URBANO DE MADUREIRA

Jorgiana Melo de Aguiar Brennand

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

Análise formal, investigação, metodologia, redação – revisão e edição

Ricardo Ferreira Freitas

Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

Concetualização, metodologia, redação – revisão e edição

Igor Lacerda

Instituto de Resistência aos Antimicrobianos de São Paulo, Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, Brasil
Concetualização, metodologia, redação – revisão e edição

RESUMO

Madureira é um dos bairros mais pulsantes do subúrbio da cidade do Rio de Janeiro. Palco de ocupações criativas na rua, Madureira revela-se como um espaço concreto e imaginado, atravessado por memórias, afetos e práticas cotidianas que reinventam suas ruas, praças e viadutos, como o Negrão de Lima, considerado a principal via de acesso ao bairro. Aos sábados, o baixio daquele espaço se transforma na Feira das Brecholeiras, evento que comercializa artigos novos e usados a preços atrativos. O objetivo deste artigo é discutir a forte conexão da feira com Madureira, considerada o coração simbólico do subúrbio carioca. Investigamos como essa relação é narrada por meio da análise de postagens, *reels* e *stories*, publicados, entre 29 de julho e 31 de agosto de 2025, nos canais oficiais de divulgação do evento: duas páginas no Facebook (Brecholeiras e Brecholeiras – CUFA Madureira/RJ Vitrine Virtual) e um perfil no Instagram (@brecholeirasoficial). Avaliamos também alguns conteúdos veiculados no YouTube por outros canais, por entendermos que funcionam como espaços para divulgação do evento e do território urbano de Madureira. O estudo foi conduzido a partir da articulação entre levantamento bibliográfico e análise da narrativa, com foco na construção e representação do dia a dia de Madureira nas postagens analisadas. Buscamos, assim, identificar narrativas que evidenciam a conexão entre o evento e Madureira, revelando como um divulga o outro em suas vivências cotidianas. Em conclusão, identificamos narrativas que revelam a conexão entre a Feira das Brecholeiras e o bairro, explicitando que ambos se promovem e se complementam mutuamente.

PALAVRAS-CHAVE

cidade-enigma, território urbano, subúrbio, Madureira, Feira das Brecholeiras

BETWEEN THE ENIGMA OF THE CITY AND THE DIGITAL FEED: THE BRECHOLEIRAS FAIR AND THE URBAN TERRITORY OF MADUREIRA

ABSTRACT

Madureira is one of the most vibrant neighbourhoods in the suburbs of Rio de Janeiro. As a site of creative street occupations, Madureira emerges as both a tangible and imagined space, interwoven with memories, affections, and everyday practices that reinvent its streets, squares, and viaducts, such as Negrão de Lima, considered the main access route to the neighbourhood. On Saturdays, the low-lying areas of this space transform into the Feira das Brecholeiras (Brecholeiras Fair), an event selling new and second-hand items at attractive prices. This article examines the strong connection between the fair and Madureira, regarded as the symbolic heart of the Carioca suburbs. The relationship is explored through the analysis of posts, reels, and stories published between 29 July and 31 August 2025 on the official event channels: two Facebook pages (Brecholeiras and Brecholeiras – CUFA Madureira/RJ Vitrine Virtual) and an Instagram profile (@brecholeirasoficial). Selected YouTube content from other channels was also analysed, given its role in promoting both the event and the urban territory of Madureira. The study combined a bibliographic survey with narrative analysis, focusing on the construction and representation of Madureira's everyday life in the analysed posts. The aim was to identify narratives that highlight the connection between the event and the neighbourhood, revealing how each promotes the other in their everyday experiences. In conclusion, the findings demonstrate narratives that expose the link between the Feira das Brecholeiras and Madureira, showing that both mutually promote and complement one another.

KEYWORDS

city-enigma, urban territory, suburb, Madureira, Feira das Brecholeiras

1. INTRODUÇÃO

As cidades estão em constante transformação e, por vezes, se apresentam como enigmas e palimpsestos, guardando sobre si camadas de histórias, memórias e significados que se sobrepõem (Pesavento, 2004), exigindo uma leitura atenta e sensível daqueles que por elas circulam. Com isso, compreender uma paisagem vai além do olhar: ela funciona como ponto de partida para analisar a relação do espaço com a sociedade (Berque, 2012). Uma paisagem existe a partir do indivíduo que a organiza, combinando elementos e processos em um mosaico de formas e conteúdos (Gomes, 2001). No contexto analisado, a paisagem urbana é também paisagem social, fruto das ações humanas que moldam e remodelam o espaço ao longo do tempo. Mesmo nos lugares planejados por urbanistas, o passar do tempo revela novas camadas, “seja pela destruição das mais antigas, entendidas como superadas, anacrônicas, não funcionais ou suficientemente desgastadas para serem substituídas” (Pesavento, 2004, p. 27).

O Rio de Janeiro exemplifica tal complexidade. É uma cidade imaginada e vivida, que pulsa no cotidiano de quem a habita. É, sobretudo, uma cidade real, que abriga “atores, relações sociais, personagens, grupos, classes, práticas de interação e oposição, ritos e festas, comportamentos e hábitos” (Pesavento, 2007, p. 14).

Mas esse Rio múltiplo também é feito pelos bairros que margeiam a linha do trem. É a urbe suburbana, viva de polifonias e criatividades, especialmente na ocupação do espaço público da rua. É o Rio das efervescências culturais: o Baile Charme¹, a Feira das Brecholeiras, a feijoada na quadra da Portela²... É esse Rio que nos interessa neste trabalho: o Rio de Madureira, coração simbólico da zona norte para seus moradores, que concentra a essência do subúrbio carioca. A partir dessa perspectiva, analisamos a Feira das Brecholeiras, realizada, aos sábados, entre as 8h e as 15h, embaixo do viaduto Negrão de Lima, em Madureira.

2. METODOLOGIA

O objetivo deste estudo é analisar a forte conexão da Feira das Brecholeiras com o bairro de Madureira e como essa relação aparece narrada nos canais oficiais de divulgação do evento: duas páginas no Facebook (Brecholeiras e Brecholeiras – CUFA Madureira/RJ Vitrine Virtual) e um perfil no Instagram (@brecholeirasoficial), além dos dois canais do YouTube Eu Te Amo Madureira e Saudapixel Games.

Partimos da hipótese de que o conteúdo narrado é fragmentado, editado e incapaz de traduzir a essência do que é realmente vivido e sentido na feira e no bairro, ambos dotados de encontros espontâneos e de uma atmosfera afetiva. Procuramos observar de que maneira a Feira das Brecholeiras atua como instrumento de divulgação e valorização do território urbano de Madureira.

Selecionamos o *corpus* a partir de três buscas no Google e no YouTube, ancoradas em duas palavras-chave: “Feira das Brecholeiras” e “Madureira”. Na primeira pesquisa no Google, observamos várias páginas no Facebook, como Amigas Brecholeiras, Brecholeiras de Plantão_Maricá e Só Brecholeiras, além de perfis como @brecholeirasdazo, @brecholeiras_madu e @brecholeirasg. A maioria dos perfis e das páginas pertence a grupos de outros municípios do Rio de Janeiro ou de outros estados, que se apropriaram do nome “brecholeiras”, registrado como marca no Instituto Nacional de Propriedade Industrial pelas integrantes oficiais de Madureira.

Para refinar a pesquisa, na segunda busca no Google e no YouTube, incluímos eventos de Madureira e brechós como indexadores. A pesquisa apresentou diversos resultados relacionados ao parque Madureira, um dos principais espaços urbanos da cidade, mas, como não dialogavam com o foco do estudo, excluímos da análise. Também encontramos alguns conteúdos no TikTok, sendo descartados por mostrarem apenas as mercadorias vendidas.

Apesar de a Feira das Brecholeiras não utilizar o YouTube como mídia oficial, optamos por incluí-lo na pesquisa, com o objetivo de localizar conteúdos que também divulgassem a ocupação da parte inferior do viaduto Negrão de Lima, evidenciando sua forte conexão com o bairro. Identificamos inúmeros *shorts* sobre a feira e 15 vídeos com duração superior a 10 minutos, veiculados entre 2021 e 2025.

¹ Baile realizado sob o viaduto Negrão de Lima, em Madureira, que mistura referências clássicas do soul, R&B, jazz e hip-hop, atraindo cerca de 5 mil pessoas a cada edição (Boeckel, 2025).

² Tradicional feijoada realizada na quadra da escola de samba Portela, sediada também em Madureira (Portela, s.d.).

Para a seleção das postagens, adotamos três critérios: (a) tratar diretamente da Feira das Brecholeiras, (b) destacar sua relevância para Madureira e (c) evidenciar a indissociabilidade entre o evento e o território sob o viaduto Negrão de Lima.

Destacamos que, em toda a análise, preservamos o anonimato dos autores dos comentários das postagens. Por questões éticas, consideramos apenas os comentários, em consonância com os procedimentos recomendados a uma pesquisa qualitativa.

Para a análise, examinaremos publicações e *stories*, em formato de imagem, texto, ou *reels*, veiculados nas três redes sociais das Brecholeiras, entre 29 de julho e 31 de agosto de 2025, além de dois vídeos publicados no YouTube. O *corpus* será constituído por:

- Duas publicações, de 28 e 29 de agosto de 2025, na página Brecholeiras – CUFA Madureira/RJ Vitrine Virtual, do Facebook;
- Uma publicação, de 12 de agosto de 2025, na página Brecholeiras, do Facebook;
- Dois *reels*, de 29 de julho de 2025 e 8 de agosto de 2025, pelo perfil @brecholeirasoficial, do Instagram;
- Um carrossel, de 30 de agosto de 2025, no perfil @brecholeirasoficial, do Instagram;
- Um *story*, de 30 de agosto de 2025, no perfil @brecholeirasoficial, do Instagram;
- Um vídeo, veiculado em 2021, no canal do YouTube Eu Te Amo Madureira;
- Um vídeo, divulgado em 2022, no canal do YouTube Saudapixel Games.

O estudo foi conduzido a partir da articulação entre levantamento bibliográfico e análise da narrativa, com foco na construção e representação do cotidiano de Madureira nas postagens. Buscamos, assim, identificar narrativas que reforçam a conexão entre a feira, o viaduto Negrão de Lima e Madureira, evidenciando como esses elementos se legitimam e se fortalecem entre si, em suas práticas e nas vivências cotidianas.

Optamos pela análise da narrativa por se tratar de uma metodologia qualitativa, interpretativa e dialógica, que não apenas reflete a realidade, mas também revela processos de resistência e ressignificação de sentidos (Bastos & Biar, 2015). Além disso, narrativas contam histórias em contextos cotidianos e em situações supostamente espontâneas, promovendo o diálogo entre diferentes áreas do conhecimento e investigando falas de atores sociais em contextos sociais distintos. Trata-se, portanto, de uma metodologia que busca descrever os acontecimentos da vida social, os processos históricos e sociais, assim como explorar os significados que as pessoas criam e reverberam ao produzirem uma narrativa.

Tais processos destacam como as narrativas geram significados de maneira interativa (Spink, 2010). Por exemplo, o público pode concordar ou discordar das perspectivas apresentadas nas postagens selecionadas, gerando novas interpretações. Isso evidencia que os significados são construídos socialmente e não de forma individual: “o sentido é sempre interativo: os enunciados de uma pessoa estão sempre em contato ou são endereçados a outra pessoa e esses intercâmbios se influenciam mutuamente” (Spink, 2010, p. 35).

3. CIDADE EM MOSAICO: LEITURAS DO ESPAÇO E DO TEMPO

Uma cidade não é apenas a soma de ruas, bairros e urbanitas que nela circulam. É, também, espaço vivido, tecido por encontros, memórias e afetos. Compreender a cidade

exige olhar para além de sua materialidade. Entendê-la é observar como se ocupam seus espaços e os significados que emergem dessa vivência cotidiana.

Para Le Goff (1997/1998), cidade combina com sociabilidade, embora reconheça que a urbe também tenha se tornado sinônimo de individualismo. Segundo Simmel (1979), as metrópoles favorecem esse tipo de atitude. O comportamento passa a ser mais racional e *blasé*. Para se proteger do excesso de estímulos, como buzinas e letreiros de lojas, o urbanita cria máscaras sociais. Opta por manter um distanciamento e prefere ser *blasé*. Ou seja, o indivíduo observa, mas mantém distância, transformando a cidade em um palco de presenças e ausências, onde cada olhar capta fragmentos do cotidiano, como se o mundo urbano fosse um mosaico de histórias, sons e silêncios entrelaçados.

Tal postura, embora individual, reflete a complexidade das cidades e mostra a necessidade de avaliá-las criticamente. Ao adotar máscaras, o urbanita evidencia a multiplicidade de experiências que coexistem na cidade. Dessa forma, ele revela que a compreensão urbana exige atenção às diferenças. Para Jacques e Velloso (2023), essa postura crítica é necessária, pois a experiência urbana é uma ação que se desenrola no cotidiano de alguém que circula pelas cidades, “graças à recepção tátil dos espaços, constituindo-se (...) a partir da conjugação de choque e distração do hábito que demarca o uso do espaço” (p. 145). As autoras lembram que a memória do indivíduo, combinada com a do lugar, também interfere nesse processo: “a convergência momentânea da memória de alguém – em seus ritmos e no engajamento do próprio corpo ao frequentar um espaço – e a memória desse mesmo lugar é que dá o sentido de uma experiência em sentido estrito” (Jacques & Velloso, 2023, p. 145).

A experiência cotidiana não apenas mostra a riqueza da vida urbana, mas também apresenta a complexidade estrutural das cidades. Para Benjamin (1982/2006), urbes não são estáticas; são organismos em permanente transformação, tecidas por uma pluralidade de fragmentos urbanos, que se sobrepõem, se desfazem e se reconstróem, como peças de um quebra-cabeça. Nesse jogo simbólico, a cidade se manifesta como um enigma, fragmentada e em constante mutação, cujos elementos, ao se combinarem, formam um todo em contínua reconstrução. Partindo de uma analogia entre enigma e mistério, o autor argumenta que as cidades se apresentam como enigmas: enquanto o mistério é como um véu que encobre e se revela distante e inacessível; o enigma expõe, convidando o olhar a recompor sentidos e produzir novas leituras a cada experiência urbana.

Jacques e Velloso (2023), inspiradas por Benjamin (1982/2006), apresentam a ideia de “cidade-enigma” como uma abordagem para compreender cidades em transformação. Segundo as autoras, as cidades devem ser pensadas e narradas a partir dessa proximidade, que surpreende e confunde, pois experiências cotidianas e sentidos culturais nem sempre se alinham de forma óbvia. Para as pesquisadoras, apresentar e narrar a cidade-enigma não significa decifrá-la, mas, sim, experimentá-la, sem tentar controlar ou reduzir sua complexidade.

Pesavento (2004), por outro lado, compreende as cidades como enigmas, que exigem uma leitura cuidadosa para que seus sentidos e significados sejam percebidos. Para a autora, as cidades são exemplos de palimpsestos, descritos como manuscritos antigos

reescritos sobre outro, “onde a raspagem de um não conseguia apagar todos os caracteres antigos dos outros precedentes” (Pesavento, 2004, p. 26). Por isso, cidades necessitam de ser decifradas, porque cada uma carrega sobre si camadas de histórias que se sobrepõem.

A urbe abriga uma diversidade de espaços construídos em combinações que resultam de superposições, substituições ou composições. Nessa perspectiva, a cidade, em sua materialidade, é um palimpsesto de formas que se transformam com o tempo. Ampliando esse olhar, Jacques e Velloso (2023) ressaltam a importância de acrescentar outros elementos à configuração urbana, para além da ordenação física e de seus desdobramentos em um território. Segundo as autoras, é necessário considerar tudo o que excede a forma planejada da cidade: seu crescimento desordenado, suas franjas e periferias, os conflitos e as reivindicações de seus habitantes, suas demandas por espaço e suas próprias formas de vida.

É nesse ponto que o subúrbio carioca, especialmente Madureira, se revela como um exemplo vivo de uma cidade plural. Atravessado por memórias, afetos, movimentos e ocupações criativas, o bairro reinventa os espaços para além do planejamento urbano, evidenciando uma harmonia possível entre a cidade construída e o modo de viver nela.

4. MADUREIRA E AS PISTAS DE UMA CIDADE-ENIGMA

O subúrbio carioca concentra a maioria dos bairros da zona norte. No senso comum, a zona sul do Rio de Janeiro é reconhecida pela riqueza, beleza e modernidade; enquanto o subúrbio é percebido por características do extremo oposto (Brennand, 2021): lugar feio, pobre, desprovido de beleza e que se limita aos bairros que margeiam a linha do trem, como Riachuelo, Piedade e Cascadura.

Apesar do imaginário marcado por estereótipos, o modo como o subúrbio aparece nas publicações oficiais da Prefeitura do Rio de Janeiro no Instagram (@prefeitura_rio; Prefeitura do Rio de Janeiro, s.d.) não reforça diretamente essa imagem. Nas publicações, o subúrbio aparece sobretudo como cenário de projetos sociais. Por exemplo, em um *story*, publicado em 26 de novembro de 2025, um vídeo de 1 minuto e 23 segundos mostrava a quadra da escola de samba Portela sendo utilizada para a liberação de um benefício de R\$ 200 mensais a famílias com crianças entre zero e quatro anos em situação de vulnerabilidade social. Esse tipo de conteúdo funciona, na prática, como uma forma de prestação de contas para minimizar o senso comum de que o foco das ações — e recursos — se concentram na enaltecida zona sul da cidade.

Normalmente, instituições governamentais elaboram seus modelos de comunicação, auxiliadas por assessores de marketing, profissionais de relações públicas e publicitários, para depois divulgá-los à sociedade e ao mercado. Contudo, esse processo apresenta duas limitações: (a) a ausência de discussão pública e (b) o risco de reforçar representações baseadas em estereótipos e estigmas sociais (Andrade et al., 2024). Para os autores, a falta de debate público impede que os cidadãos participem ativamente da construção das estratégias de comunicação de seus próprios territórios. Ao excluir

perspectivas diversas e um diálogo aberto, as iniciativas de comunicação podem não refletir aspirações, valores e identidades da população local.

Nesse sentido, compreender o subúrbio em sua complexidade é essencial para romper com narrativas reducionistas e ampliar a participação dos cidadãos na construção simbólica de seus territórios. Apesar do desprestígio social e econômico, o subúrbio é polifônico, marcado por uma beleza e criatividade singulares, especialmente em suas efervescências culturais e manifestações artísticas. Tais práticas se revelam em celebrações e em espaços que abrigam atividades culturais coletivas (Brennand, 2018). Falar do subúrbio carioca é, portanto, reconhecê-lo como uma área dotada de autonomia econômica, política, social e cultural em relação ao centro, rompendo com o estigma de ser reconhecido apenas como a zona por “onde o trem passa” (Fernandez & Santos, 2015).

No coração desse subúrbio pulsante, Madureira se revela como um espaço concreto e imaginado, atravessado por práticas cotidianas que reinventam suas ruas. Paralelamente, o bairro se destaca economicamente: é um dos mais populares do subúrbio carioca e deve grande parte de sua projeção ao mercado de Madureira, inaugurado em 1914, que impulsionou o crescimento local e permanece, até hoje, como referência comercial (Fernandez & Santos, 2015).

Considerada o coração simbólico da zona norte por seus moradores, Madureira é “famosa pelo samba, pela feijoada da tia Surica, pela Portela, pela Império Serrano³... Respira-se samba, é verdade. Mas não é apenas de música que (...) vive” (Brennand, 2021, p. 89). O bairro se constitui como “uma porção do espaço público em geral (anônimo, de todo mundo) em que se insinua pouco a pouco um espaço privado particularizado pelo fato do uso quase cotidiano desse espaço” (Certeau et al., 1994/2000, p. 40).

Outra característica de Madureira é a criatividade na transformação do espaço urbano. A partir do que Certeau (1990/1994) descreve como táticas sutis, quase invisíveis e baseadas na improvisação, é possível compreender como áreas planejadas pelo sistema formal são ressignificadas no bairro. Esse movimento dialoga com o que Jacques e Velloso (2023) chamam de “franjas”, ao defenderem a inclusão de outros elementos na configuração urbana. Em Madureira, essas táticas se materializam nas ruas que se transformam em um imenso camelódromo e viadutos, projetados para o escoamento do trânsito, que são (re)apropriados. Essas ocupações subvertem os usos planejados pelos urbanistas e revelam a constante reinvenção do espaço urbano.

Tais práticas são necessárias porque, segundo Azeredo (2019), quanto mais os espaços são padronizados, mais as pessoas se afastam deles: “é difícil ter apego e cuidar daquilo com o qual não se identifica, que não tem como seu” (p. 22). Madureira é parte da cidade que se expressa em coro, “com vozes diversas e todas copresentes: uma cidade narrada por um coro polifônico, no qual vários itinerários musicais ou materiais sonoros se cruzam, se encontram e se fundem” (Canevacci, 2004, p. 15).

O cotidiano vivido em Madureira revela camadas de memória e de história sobrepostas, tornando o bairro um palimpsesto urbano, onde passado e presente se encontram e se reinventam constantemente. O bairro, enquanto espaço construído, é também

³ Outra escola de samba de Madureira.

significado, valor e entendimento, que teve um dia seu sentido construído e fixado pelas pessoas. E esses sentidos do passado, à luz das ideias de Pesavento (2004), são como palimpsestos que precisam ser decifrados, “pois fizeram daquele espaço um lugar - um espaço dotado de sentido - que tinha a sua inteligibilidade em correspondência história com o tempo” (p. 28).

Esse caráter histórico e simbólico convive com as constantes transformações do espaço físico. Azeredo (2019) enfatiza que o bairro vem sendo impactado por mudanças significativas, como a remodelação de áreas não planejadas e a ampliação da oferta de atividades e programas. Apesar dessas mudanças, Madureira resiste à descaracterização urbana e à padronização, mantendo um forte apego ao contexto histórico, ao caráter e à identidade local. Para a autora, o esforço é positivo, pois as cidades não são apenas espaços habitados, mas sim representações do espaço social, constituídas por indivíduos diferentes, que necessitam “de espaços diversos, projetados para o seu próprio cenário, em detrimento da naturalização das relações sociais passadas e presentes” (Azeredo, 2019, p. 22).

No contexto de ressignificação de áreas urbanas, Madureira se configura também como um exemplo de cidade-enigma, sendo composta por fragmentos múltiplos: espaços físicos, como ruas e viadutos, e fragmentos simbólicos, constituídos por memórias e práticas culturais. Cada fragmento mantém sua própria lógica, que se sobrepõe, se desfaz e se reconstrói, como peças de um quebra-cabeça, lembrando o entendimento de Benjamin (1982/2006) sobre cidades que se assemelham a enigmas.

5. MEMÓRIAS E AFETOS SOB O VIADUTO NEGRÃO DE LIMA

O viaduto Negrão de Lima, principal via de acesso a Madureira, é mais do que uma solução de mobilidade urbana: tornou-se num marco simbólico do bairro. Planejado para facilitar o escoamento do trânsito, o viaduto ganhou novos sentidos com as apropriações de seus baixios⁴. Quando idealizado, por volta de 1948, o projeto não considerava outras formas de ocupação: “os planejadores não imaginavam que a parte inferior do viaduto cederia espaço também para estacionamento, Baile Charme, Feira das Brechadeiras e barraquinhas de camelôs” (Brennand, 2022, p. 85).

No cotidiano, os vãos do viaduto revelam diferentes feições. Durante o dia, é apenas passagem de alunos, funcionários do comércio ao redor e transeuntes. Mas, no cair da tarde, quando o movimento se intensifica, o lugar propicia “encontros casuais, independente do motivo, gerados pelo nó de atividades do local” (Azeredo, 2019, p. 25). Dessa forma, a parte inferior do Negrão de Lima se transforma em espaço de transição, em território de pertencimento ou em lugar impregnado de memória e afetos, dependendo dos usos e dos significados que lhe são atribuídos.

Por esse motivo, a apropriação urbana surge como uma prática de recuperação e ressignificação de áreas antes negligenciadas. Ao ocupar e caracterizar esses espaços, a população reorganiza o território e atribui novos significados a locais como os baixios dos viadutos (Azeredo, 2019).

⁴ Espaços situados na parte inferior de um viaduto (Azeredo, 2019).

No contexto de ressignificação de áreas urbanas, a Feira das Brecholeiras⁵ emerge como um exemplo criativo de apropriação e de cidadania. Sob o viaduto, o evento transforma o baixio em ponto de encontro, que garante renda a 120 mulheres, que se reúnem para vender produtos novos e usados, assegurando o sustento da família (Jesus, 2021).

A feira é fruto do empreendedorismo feminino e nasceu da mobilização produtiva de 10 mulheres, que decidiram dar um novo destino às peças paradas em seus armários. A trajetória do grupo começou na internet, precisamente em 2012, no Orkut (já extinto), promovendo a troca de roupas e sapatos entre mulheres que não tinham condições financeiras de comprar em lojas, conforme salienta uma *brecholeira* entrevistada pelo jornal O Globo, em 1 de setembro 2021: “a gente tinha o desejo de consumir, mas não podia. A troca foi uma alternativa para ter peças diferentes sem gastar dinheiro” (Jesus, 2021, para. 3). O que começou de forma discreta, acabou crescendo e alcançando uma proporção inimaginável na estação de trem de Madureira, atraindo a atenção da Polícia, conforme explica a mesma *brecholeira*: “fomos agredidas, mas resistimos. A partir deste dia, deixamos a estação de trem e fomos abraçadas pela Cufa [Central Única das Favelas], que nos cedeu espaço para trabalhar, seja com peças usadas ou novas” (Jesus, 2021, para. 5).

Aos sábados, entre as 8h e as 15h, em frente à sede da Cufa, a iniciativa, administrada por quatro mulheres, ocupa boa parte da área sob o Negrão de Lima⁶. O evento oferece brinquedos, sapatos, bolsas, acessórios variados e roupas, o carro-chefe da ocupação. A maioria das peças é de segunda mão, com preços médios em torno de R\$ 10 (Brennand, 2021).

O encontro reúne, em sua maioria, mulheres — consumidoras, vendedoras, frequentadoras e administradoras — de diferentes faixas etárias. Segundo Brennand (2021), em cada edição, cerca de 80 expositoras participam, embora exista uma fila de espera para conseguir um espaço de venda que pode chegar a um ano.

Circular pela feira e conversar com *brecholeiras* e frequentadoras revela que as visitas ao evento vão muito além da compra de peças de segunda mão. As pessoas comparecem por diferentes motivos: “jogar conversa fora, trocar confidências com as *brecholeiras*, olhar as novidades, encontrar amigos e comprar umas coisinhas. (...) O espírito é ‘de uma grande família’, conforme impressões de uma frequentadora” (Brennand, 2021, p. 253). Em comum, todas compartilham razões legítimas para ocupar esse espaço, dotado de significados, memórias e histórias, que alimentam as narrativas vividas no evento. A feira traduz o vivido em Madureira, como uma extensão natural do bairro: é difícil pensar em Madureira sem a feira, assim como é difícil pensar na feira sem Madureira.

⁵ O nome “brecholeiras” é junção de dois nomes: “brechós” e “sacoleiras”. Segundo uma das administradoras da feira, “a percepção de sacoleira é negativa. É que parece muambeira, né? Aí, a gente pensou em brecholeira e ficou” (Brennand, 2021, p. 195).

⁶ Entre 2018 e 2019, a Feira das Brecholeiras também era realizada nos bairros Praça Seca, Caxambi, Barra da Tijuca e no município de Nova Iguaçu. Após a suspensão das atividades durante a pandemia de COVID-19, a retomada, em 25 de julho de 2020, concentrou as edições exclusivamente em Madureira (Brennand, 2021). Em julho de 2025, o evento voltou a se expandir, passando a ocorrer também em Cascadura.

6. O FEED DAS BRECHOLEIRAS COMO VITRINE DO TERRITÓRIO URBANO DE MADUREIRA

A Feira das Brecholeiras também atua no ambiente digital, que se consolidou como sua principal ferramenta de divulgação. Oficialmente, o grupo mantém duas páginas no Facebook (Brecholeiras e Brecholeiras – CUFA Madureira/RJ Vitrine Virtual) e um perfil no Instagram (@brecholeirasoficial).

Brecholeiras é a página oficial no Facebook (<https://www.facebook.com/brecholeiras.rj/>), com cerca de 17 mil seguidores⁷. De caráter mais institucional, é usada para replicar publicações da conta oficial no Instagram e divulgar mercadorias. Entre os canais digitais, é a que apresenta menor visibilidade e menor crescimento em novos seguidores⁸, funcionando basicamente como um canal de apoio ao Instagram. Com a expansão da feira para Cascadura, outro famoso bairro do subúrbio carioca, a página passou a divulgar também esse novo endereço, apresentando um conteúdo confuso e pouco atrativo para quem acompanha especificamente a feira de Madureira. A última atualização⁹, datada de 12 de agosto de 2025, tratava exclusivamente de um convite para que as *brecholeiras* participassem no novo espaço como expositoras. O *post* reúne várias fotografias do evento, que aparecem sobrepostas, dificultando uma avaliação de potenciais interessadas. Nesse contexto, seria mais estratégico criar um perfil separado para a feira de Cascadura.

A página Brecholeiras – CUFA Madureira/RJ Vitrine Virtual (https://www.facebook.com/groups/1024272690964351/?locale=pt_BR) evidencia, já no nome, a forte ligação com Madureira. Essa relação é reforçada pela imagem de capa, que exibe o endereço e uma fotografia da feira sob o viaduto Negrão de Lima, cenário imediatamente reconhecido por quem frequenta a região. Utilizada como vitrine das peças comercializadas, a página também funciona como um canal de vendas e, em 29 de agosto de 2025, contava com cerca 136 mil membros¹⁰.

Por meio dessa página, é possível reservar peças e combinar o horário de pagamento e retirada na feira. Geralmente, quem reserva primeiro tem prioridade. Caso a pessoa não apareça, a peça volta a ser vendida no evento (Brennand, 2021). A utilização do Facebook como ferramenta de divulgação e canal de reservas é uma estratégia interessante, mas pouco explorada em seu potencial, já que a página é bastante desorganizada. Diversas *brecholeiras* publicam ao mesmo tempo, dificultando a visualização dos produtos e a interação dos usuários com o conteúdo.

As regras de uso, no entanto, estão claramente descritas na página de forma a evitar conflitos. Entre elas, destaca-se a proibição de divulgação de outros sites, páginas ou empresas; apenas postagens de *brecholeiras* cadastradas ou relacionadas à Cufa são permitidas. Diferentemente da outra página do Facebook, a “Vitrine” concentra um grande volume de *posts* em um curto espaço de tempo, o que dificulta o acompanhamento por quem busca conferir as novidades que serão vendidas.

⁷ Dados coletados em 28 de agosto de 2025.

⁸ Em 2021, a página contava com 13.281 seguidores (Brennand, 2021). Entre 2021 e 2025, apenas 3.719 novos membros passaram a segui-la.

⁹ Em 29 de agosto de 2025.

¹⁰ Em 10 de abril de 2020, havia 116.389 membros na página Brecholeiras – CUFA Madureira/RJ Vitrine Virtual (Brennand, 2021). Em cinco anos, entre abril de 2020 e agosto de 2025, a página ganhou cerca de 20 mil novos membros.

Essa dificuldade torna-se ainda mais evidente diante da ausência de uma ordenação cronológica clara. Observamos, por exemplo, que publicações de 28 de agosto de 2025 apareciam acima de conteúdos do dia 25 do mesmo mês, indicando a ausência de postagens nos dias 26 e 27. Em um desses *posts*, foi divulgado um colete cinza de lã, exibido em um manequim, por meio de três fotografias em *close*. Devido ao enquadramento das imagens, não é possível avaliar, por exemplo, o comprimento da peça. A descrição informa que se trata de um tamanho 44, esticável e pouco usado, mas as fotografias pouco atrativas e a falta de informações adicionais podem ter contribuído para a ausência de curtidas e comentários. Notamos que a apresentação do produto em um contexto mais amplo, como combinado com outras peças, poderia potencialmente aumentar o interesse do público.

Em 29 de agosto de 2025, constatamos novamente a ausência de uma ordenação cronológica clara. Os conteúdos daquele dia foram exibidos junto a publicações de 27 de agosto de 2025, reforçando a inexistência de um padrão temporal. Essa desorganização cronológica foi verificada na divulgação de um vestido com estampa de onça, da marca Animale, anunciado por R\$ 25. As fotografias apresentavam baixa resolução e não valorizavam a peça. A legenda limitava-se a informar que se tratava de uma mercadoria que veste até tamanho 44. A exemplo da outra postagem, não houve manifestações de interesse por parte dos usuários; embora, por se tratar de uma marca de luxo, o vestido pudesse potencialmente atrair maior atenção dos frequentadores da feira.

Durante os 34 dias de análise, observamos um reduzido número de curtidas e comentários nas postagens veiculadas nessa página, sinalizando um potencial desgaste dessa ferramenta de divulgação, que menos evidencia a ligação com o bairro, apesar do nome. Como o foco está nas mercadorias, não há imagens que expressem de forma mais consistente a relação da Feira das Brecholeiras com Madureira. Além do nome, da fotografia de capa e do endereço do evento, praticamente não há outras referências ao bairro.

O Instagram @brecholeirasoficial (<https://www.instagram.com/brecholeirasoficial/>), por sua vez, apresenta uma maior integração visual com o bairro. Nos *reels* e *stories* é comum ver imagens do viaduto repleto de araras, roupas e expositoras, endossando a associação da feira ao espaço urbano de Madureira. Um *reel*, de 29 de julho de 2025, reforça a conexão entre a Feira das Brecholeiras e o bairro (<https://www.instagram.com/p/DMsTVJ2M6Ra/>). O vídeo apresenta os estandes lotados de mercadorias variadas, junto a imagens do Negrão de Lima, elemento que simboliza a inserção da feira no território e reforça seu papel na identidade local. A legenda inclui informações sobre o endereço e o horário de funcionamento. O *reel* apresentou baixo engajamento, com apenas 47 curtidas e cinco comentários, a maioria deles solicitando mais detalhes sobre o evento.

Criado em 24 de abril de 2016, o perfil tem um número relativamente baixo de postagens (653 até 31 de agosto de 2025), mas publica uma quantidade significativa de *stories*, indicando que essa ferramenta é mais explorada do que o *feed*. Essa preferência se confirma na observação do dia 30 de agosto de 2025 (sábado), quando foi publicado apenas um carrossel com oito imagens de produtos à venda e nenhuma associação ao viaduto. Nesse mesmo dia, destacaram-se 12 *stories*, em sua maioria voltados à divulgação de peças comercializadas. A estratégia parece concentrar-se na utilização de vídeos curtos para

despertar a curiosidade do público e incentivá-lo a visitar presencialmente a feira, para experienciá-la como um espaço vivido. Ou, simplesmente, como um palimpsesto, que precisa de ser decifrado para que suas histórias ocultas se tornem visíveis.

Constatamos ainda que as administradoras também compartilham *stories* de influenciadores que visitam a Feira das Brecholeiras, ampliando a divulgação do evento. Um exemplo é o *reel* do criador de conteúdo @guelbastos (<https://www.instagram.com/guelbastos/>), que possui cerca de 21 mil seguidores¹¹ no seu perfil no Instagram. No dia 30 de agosto de 2025, o perfil das *brecholeiras* compartilhou um *reel*, de 1 minuto e 15 segundos, feito pelo influenciador sobre a feira. O vídeo começa com uma referência à tradicional feira da Praça XV, realizada no centro do Rio de Janeiro e considerada uma das maiores da cidade. O *reel* avança e ele destaca a feira de Madureira como igualmente relevante. O influenciador ressalta o fato de o evento ocorrer embaixo de um viaduto e ter preços mais acessíveis que os da Praça XV, afirmando que a Feira de Madureira é “melhor”. Ao longo do vídeo, percorre estandes, mostrando mercadorias e valores atrativos. O *story*, compartilhado no perfil das *brecholeiras*, obteve 40 comentários, quase todos elogiosos, em sua maioria de visitantes, expositoras, compradores e pessoas que conheceram a feira por meio do vídeo. Dois comentários, em especial, chamaram a nossa atenção. Os dois solicitavam a diminuição da divulgação em torno do evento: “se já não bastava a praça 15, agora essa de Madureira vai ficar mais cara graças aos *playbas* que vão querer ir lá” e “já podem parar de divulgar. É patrimônio nosso do país Madureira kkk. No último sábado estava lotada. Só parem. Kkk”.

Achamos o segundo comentário bastante inusitado, pois afirma que a feira é patrimônio do “país Madureira”, ampliando a importância do bairro, a ponto de elevá-lo para além do Rio de Janeiro e do Brasil, como se fosse uma nação própria. O foco dos dois comentários não está na visibilidade da feira, mas na preocupação com uma possível apropriação do espaço por “forasteiros”. É como se Madureira devesse permanecer longe de quem não tem o hábito de circular por suas ruas.

O outro *reel* analisado foi compartilhado, em 8 de agosto de 2025, pelas administradoras da feira a partir do perfil do influenciador Pedro Henrique, que produz conteúdo sobre estilo de vida e possui cerca de 21 mil seguidores¹² em seu perfil no Instagram (@phenriquepaula; <https://www.instagram.com/phenriquepaula/>). O vídeo, com duração de 2 minutos, é iniciado com a exibição de araras repletas de peças em promoção. Ao longo da gravação, destaca produtos da marca FARM, considerada uma das mais procuradas na Feira das Brecholeiras. O influenciador fala basicamente sobre as mercadorias e os preços praticados, enfatizando que costuma renovar o guarda-roupa sempre que vai ao evento. Nos 20 segundos finais, o vídeo ressalta o viaduto Negrão de Lima e parte do comércio no entorno da feira, reforçando a associação entre o evento e o território de Madureira. O *reel* ultrapassou as 40 mil visualizações e gerou 639 comentários, considerado o maior índice de engajamento no material analisado do perfil

¹¹ Dados coletados em 30 de agosto de 2025.

¹² Dados coletados em 26 de outubro de 2025.

@brecholeirasoficial. A maioria das interações consistia em mensagens como “eu querooooo”, indicando interesse pelas mercadorias e busca por informações sobre o evento. O compartilhamento mostrou-se, portanto, uma estratégia eficaz de divulgação da feira.

Outro aspecto que chama a atenção no perfil @brecholeirasoficial é o intervalo entre as postagens. Durante os 34 dias de análise (de 29 de julho a 30 de agosto de 2025), foram feitas apenas 11 postagens, a maioria sobre a expansão do evento para Cascadura. Aliás, o foco nas chamadas para a feira de Cascadura domina boa parte do conteúdo de julho e agosto de 2025, revelando uma mudança momentânea na centralidade comunicacional do perfil. Durante a análise do conteúdo, verificou-se que cinco das 11 publicações referiam o novo endereço.

7. TERRITÓRIOS EM CONEXÃO NO YOUTUBE

Conforme detalhado na metodologia deste artigo, para compreender como a Feira das Brecholeiras se articula com o território de Madureira nas plataformas digitais, incluímos na análise dois vídeos do YouTube.

O primeiro conteúdo foi publicado pelo canal Eu Te amo Madureira (<https://www.youtube.com/watch?v=9BRB7TMOj9A>) e reforça a forte conexão entre a feira e o bairro. Veiculado em 29 de julho de 2021, o vídeo registrava, até 31 de agosto de 2025, 1.635 visualizações. Nos 17 minutos de duração, é possível ver a feira e ouvir relatos sobre o evento, intercalando imagens que se misturam e se confundem com as de Madureira, criando uma narrativa que conecta o espaço urbano à experiência das *brecholeiras*. Essa fusão entre a feira e o bairro reforça a ideia de que uma paisagem pode ser entendida como ponto de partida para analisar a relação entre espaço e sociedade (Berque, 2012). O material recebeu diversas curtidas e comentários elogiosos, tanto sobre a feira quanto sobre o trabalho das vendedoras.

O segundo vídeo, intitulado *As Brecholeiras: O Maior Brechó a Céu Aberto do RJ Neste Garimpo Extremo!* (<https://www.youtube.com/watch?v=hAov5nFHQLI>), do canal Saudapixel Games¹³, tem duração de cerca de 15 minutos e foi veiculado em 2023. O vídeo inicia com o apresentador diante do viaduto Negrão de Lima e segue com imagens dele caminhando pelas ruas de Madureira. Em vários momentos, refere-se ao bairro como “Madureira City”, evidenciando a relevância cultural e simbólica do bairro para o subúrbio carioca. É o único material analisado que permite fazer um passeio pelo bairro. Apesar de o foco recair sobre as mercadorias expostas, as imagens em movimento do entorno da feira nos permitem ter uma visão ampla da ocupação que ocorre todos os sábados. Há vários comentários elogiosos a Madureira, endossando a popularidade do bairro: por exemplo, “Madureira terra boa!” e “Madureira! Lá lá!! Tmj [tamo junto]!”.

A análise dos canais oficiais de divulgação da Feira das Brecholeiras e dos vídeos publicados no YouTube revela um foco excessivo na feira enquanto negócio, sem captar plenamente o cotidiano vivido durante o evento. Não observamos registros das rodas de conversa que se formam nos estandes, dos abraços espontâneos entre expositoras e

¹³ Canal do YouTube dedicado a dicas de locais onde garimpar games como Xbox e PlayStation.

frequentadores ou de outros gestos que traduzem o espírito de Madureira. Tampouco é possível perceber, no ambiente digital, o sentimento de “grande família”, expressão utilizada por uma consumidora para descrever a feira. O conteúdo divulgado concentra-se na promoção de um evento de comercialização de mercadorias novas e usadas a preços acessíveis, realizado em um dos espaços mais emblemáticos do bairro. Assim, no digital, perde-se parte da essência da ocupação.

Esse estranhamento entre o vivido e o narrado ocorre porque ambos envolvem perspectivas diferentes. O primeiro se ancora na repetição e na rotina, muitas vezes silenciosa, das ações (Mendes, 2023). O segundo se constrói a partir do olhar subjetivo e afetivo de quem relata (Guimarães, 2020). Narrar o cotidiano é, portanto, dar forma e sentido à experiência, ressignificando o que, à primeira vista, poderia parecer banal. É na passagem do “fazer” ao “dizer” que o comum se transforma em expressão singular (Guimarães, 2020; Mendes, 2023).

Na maioria das situações, o cotidiano vivido é editado para ser contado nas redes sociais. Essa edição o reduz, limitando-o a narrativas curtas e fragmentadas, incapazes de traduzir a essência dessa cidade-enigma, onde experiências cotidianas não se alinham de forma óbvia. As situações descritas na feira confundem-se com o cotidiano vivido em Madureira, mas, ao serem narradas nas redes sociais, se reconfiguram e passam a compor narrativas públicas, moldadas e reduzidas pelas dinâmicas da visibilidade digital.

Nesse contexto, as narrativas desempenham um papel central, pois, “nelas são tecidos os saberes acerca do mundo (...) e a partir delas, outros saberes são construídos” (Resende, 2005, p. 87). A produção e circulação de conteúdos no ambiente virtual não apenas refletem, mas também apresentam narrativas que criam e recriam sociabilidades e representações, funcionando como “práticas comunicativas sociais que definitivamente contribuem, na sociedade midiaticizada, para o alargamento dos horizontes de experiência” (Resende, 2005, p. 88).

Apesar da dicotomia entre o cotidiano vivido e o narrado, é inegável a ligação entre a Feira das Brecholeiras e Madureira. Os materiais analisados atestam essa imbricação, embora não deem conta de traduzir as suas essências.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Madureira representa a alma do subúrbio carioca, especialmente pelas ocupações criativas que ressignificam o espaço público da rua. Nesse contexto, o viaduto Negrão de Lima se destaca como um ponto de encontro entre a cidade ocupada e a cidade planejada pelos urbanistas. Idealizado para o escoamento do trânsito, o viaduto se reinventa como lugar quando seus baixios são (re)apropriados para múltiplas manifestações culturais, como é o caso do Baile Charme e da Feira das Brecholeiras, ambos realizados aos sábados.

Além de espaço de ocupações diversas, o Negrão de Lima revela-se fragmentado e em constante combinação de elementos, que se desfazem, se agrupam, (re)combinam-se, incorporam novos elementos e assumem novas formas. Os diversos usos daquela área demonstram, reforçando Gomes (2001), que a paisagem urbana é fruto das ações

humanas que moldam e remodelam o espaço ao longo do tempo, escondendo e revelando camadas.

Essa dinâmica de sobreposição de camadas conecta-se ao que Pesavento (2004) descreve como “palimpsesto urbano”, um espaço que precisa de ser decifrado para que suas histórias ocultas se tornem visíveis. Para Benjamin (1982/2006), as cidades são enigmas, que só podem ser compreendidos por meio da experiência.

Uma cidade, suas ruas, seus bairros e suas ocupações são exemplos de cidade-enigma (Jacques & Velloso, 2023), que devem ser pensados e narrados a partir da proximidade que surpreende e confunde, pois experiências cotidianas nem sempre se alinham de forma previsível em Madureira. Trata-se de espaços vividos, entrecortados por encontros, memórias e afetos, que vão além da materialidade do bairro e se convertem em um campo aberto para interpretações que emergem dessa vivência cotidiana.

Diferentemente do observado nas redes sociais da Feira das Brecholeiras e no conteúdo dos vídeos do YouTube analisados, o evento não se reduz a um mero comércio para venda de mercadorias. É muito mais, é também espaço para exercício da cidadania, onde mulheres trabalham e obtêm renda graças à ocupação que impulsiona a economia suburbana. A feira é ainda espaço de convivência e de trocas, que dialogam com o espírito de Madureira.

Vimos no estudo do *corpus* que o cotidiano vivido difere do conteúdo narrado nas redes sociais. Este parece editado e reduzido, sendo incapaz de traduzir a essência do evento, que se confunde com a do bairro. O cotidiano narrado cria uma narrativa diferente da experiência diária.

Mais do que um evento semanal, a feira se configura como parte do cotidiano vivido por *brecholeiras*, frequentadores e consumidoras, que, por meio de bate-papos nos estandes e abraços frequentes, atualizam vínculos afetivos e sociais. Tais encontros transformam a Feira das Brecholeiras em um lugar onde o dia a dia ganha densidade simbólica e emocional (Brennand, 2021). Sob essa perspectiva, a feira é expressão do cotidiano em sua potência criativa, sendo palco de convivência, pertencimento e construção contínua de narrativas compartilhadas.

Por fim, a adoção da análise da narrativa mostrou-se adequada para compreender essas dinâmicas, pois, como apontam Bastos e Biar (2015), permite o diálogo entre diferentes áreas do saber e escuta atenta dos atores sociais, inseridos em diferentes contextos. Esse olhar metodológico nos possibilitou capturar a complexidade de um espaço que é mercado, palco cultural e território de afetos, evidenciando como a Feira das Brecholeiras e Madureira se refletem mutuamente.

REFERÊNCIAS

- Andrade, J. G., Sampaio, A., Garcia, J. E., & Fonseca, M. J. (2024). The city makes its mark in a review on digital communication and citizenship. In A. Rocha, H. Adeli, G. Dzemyda, F. Moreira, & V. Colla (Eds.), *Information systems and technologies* (pp. 81–90). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-45651-0_9
- Azeredo, K. (2019). Identidade territorial: A importância da apropriação urbana na coesão socioespacial de Madureira. In C. R. de S. Duarte & E. P. Santana (Eds.), *Anais da 1.ª Conferência Internacional Ressensibilizando Cidades* (pp. 22–27). FAU/UFR.

- Bastos, L. C., & Biar, L. (2015). A análise de narrativa e práticas de entendimento da vida social. *Revista Delta*, 31(1), 97–126. <https://doi.org/10.1590/0102-445083363903760077>
- Benjamin, W. (2006). *Passagens* (I. Aron, Trad.). Editora UFMG. (Trabalho original publicado em 1982)
- Berque, A. (2012). Paisagem-marca, paisagem matriz: Elementos da problemática para uma geografia cultural. In R. L. Corrêa & Z. Rosendahl (Eds.), *Geografia cultural* (Vol. 1; pp. 239–243). EdUERJ - Editora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
- Boeckel, C. (2025, 4 de janeiro). *Baile Charme de Madureira: Notícia no NY Times, evento criado há 35 anos é patrimônio do Rio, centro da cultura negra e já inspirou novelas*. G1. <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2025/01/04/baile-charme-de-madureira-noticia-no-ny-times-evento-criado-ha-35-anos-e-patrimonio-do-rio-centro-da-cultura-negra-e-ja-inspirou-novelas.ghml>
- Brennand, J. M. A. (2018). Sociabilidades e socialidades na quadra da Portela, lugar de celebração que transcende o samba. In *Anais do 41 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1–15). Intercom.
- Brennand, J. M. A. (2021). *De roupas de defunto a artigos de moda: Imbricações entre comunicação, consumo e sociabilidade numa feira de brechós em Madureira* [Tese de doutoramento, Universidade do Estado do Rio de Janeiro].
- Brennand, J. M. A. (2022). A feira e o viaduto: Espaços de consumo após a reconfiguração da principal via de acesso a Madureira. *Revista Diálogo com a Economia Criativa*, 20(7), 83–99. <https://doi.org/10.22398/2525-2828.7208399>
- Canevacci, M. (2004). *A cidade polifônica: Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana* (C. Prada, Trad.). Studio Nobel.
- Certeau, M. (1994). *A invenção do cotidiano. 1: Artes de fazer* (E. F. Alves, Trad.). Vozes. (Trabalho original publicado em 1990)
- Certeau, M., Giard, L., & Mayol, P. (2000). *A invenção do cotidiano. 2: Morar, cozinhar* (E. F. Alves & L. E. Orth, Trans.). Vozes. (Trabalho original publicado em 1994)
- Fernandez, A. C. F., & Santos, M. O. (2015). Madureira, capital dos subúrbios (1940-1960): Carnaval e comércio na produção de uma comunidade imaginada. *Revista Iluminuras*, 16(37), 11–31. <https://doi.org/10.22456/1984-1191.53132>
- Gomes, E. T. A. (2001). Natureza e cultura – Representações na paisagem. In Z. Rosendahl & R. L. Corrêa (Eds.), *Paisagem, imaginário e espaço* (pp. 49–70). EdUERJ - Editora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
- Guimarães, C. (2020). *Aos 7 e aos 40 - Uma conversa sobre a vida: Resenha*. *Revista Reflexão e Ação*, 28(1), 290–294. <https://doi.org/10.17058/rea.v28i1.14201>
- Jacques, P. B., & Velloso, R. (2023). *Enigma das cidades: Ensaio de epistemologia urbana em Walter Benjamin*. EDUFBA.
- Jesus, R. (2021, 2 de setembro). *Feira das Brecholeiras: Mais do que fonte de negócios, uma potente rede de apoio*. O Globo. <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/feira-das-brecholeiras-mais-do-que-fonte-de-negocios-uma-potente-rede-de-apoio-25170408>
- Le Goff, J. (1998). *Por amor às cidades – Conversações com Jean Lebrun* (R. C. C. de Moraes, Trad.). Editora Unesp. (Trabalho original publicado 1997)
- Mendes, B. F. (2023). Da banalidade à repressão: Uma análise estilística de “Cotidiano”, de Chico Buarque. *Revista de Linguística*, 13(3), 85–96. <https://doi.org/10.22168/2237-6321-32720>

- Pesavento, S. J. (2004). Com os olhos no passado: A cidade como palimpsesto. *Revista Esboços*, (11), 25–30.
- Pesavento, S. J. (2007). Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. *Revista Brasileira de História*, 27(53), 11–23. <https://doi.org/10.1590/S0102-01882007000100002>
- Portela [@oficialportela]. (s.d.). Posts [Perfil do Instagram]. Instagram. Retirado a 4 de setembro de 2025, de <https://www.instagram.com/oficialportela/>
- Prefeitura do Rio de Janeiro [@prefeitura_rio]. (s.d.). Posts [Perfil de Instagram]. Instagram. Retirado a 27 de novembro de 2025, de https://www.instagram.com/prefeitura_rio/
- Resende, F. (2005). O jornalismo e a enunciação: Perspectivas para um narrador-jornalista. *Revista Contracampo*, (12), 85–102. <https://doi.org/10.22409/contracampo.voi12.560>
- Simmel, G. (1979). A metrópole e a vida mental. In O. G. Velho (Ed.) *O fenômeno urbano* (pp. 11–25). Zahar.
- Spink, M. J. (2010). *Linguagem e produção de sentidos no cotidiano*. Centro Edelstein de Pesquisas Sociais.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Jorgiana Melo de Aguiar Brennand integra o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro. É doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro; mestre em Administração pelo Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais/Rio de Janeiro; especialista em Gerência Executiva de Marketing e graduada em Comunicação Social (Jornalismo), pela Universidade Federal do Ceará. É pesquisadora do Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo e do grupo de pesquisa Comunicação Urbana, Consumo e Eventos, todos pertencentes ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. É professora da graduação em Publicidade e Propaganda no Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais/Rio de Janeiro, onde também coordena trabalho de conclusão de curso e é responsável pelo eixo temático Planejamento e Comunicação Organizacional, do referido curso. Tem experiência em comunicação, pesquisando principalmente os seguintes temas: consumo, moda, brechós, subúrbio, nostalgia, memória e etnografia virtual.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3210-4133>

Email: jorgianabrennand@uol.com.br

Morada: Av. Pasteur, n.º 250, Praia Vermelha, Rio de Janeiro – RJ. Brasil

Ricardo Ferreira Freitas é professor titular da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Graduiu-se em Comunicação Social (habilitação em Relações Públicas) pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), mestrado em Comunicação e Cultura pela UERJ e doutorado em Sociologia — Universidade Paris V (René Descartes), com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Tem um pós-doutoramento em Comunicação no Centre d'études sur l'actuel et le quotidien (Sorbonne) com bolsa da CAPES e estágio sênior em Comunicação e Sociedade com bolsa da CAPES na Universidade Paul Valéry-Montpellier

3. É professor do programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em Comunicação da UERJ. Tem experiência na área de comunicação organizacional e teoria da comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: relações públicas, cidade, consumo, megaventos, diversidade e turismo. É consultor *ad hoc* da CAPES, do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência e da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro. É coordenador do Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo do Programa de Pós-Graduação em Comunicação/UERJ e bolsista PQ2 do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico e Cientista do Nosso Estado da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4486-763X>

Email: rfo36o@gmail.com

Morada: R. São Francisco Xavier, n.º 524, Maracanã, Rio de Janeiro – RJ, Brasil

Igor Lacerda é doutor e mestre em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. É especialista em Marketing Digital e em Gestão de Cidades pela Universidade Cândido Mendes, e em Planejamento de Comunicação Integrada pelo Centro Universitário Internacional. Graduiu-se em Comunicação Social pela Universidade Veiga de Almeida. É autor do livro *Rio, uma Cidade Sitiada: Narrativas Jornalísticas Sobre a Intervenção Militar* (2018), publicado pela Viseu, em 2024. Atua como pesquisador voluntário no Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo, desenvolvendo estudos interdisciplinares sobre narrativas jornalísticas, militarização urbana, violência, medo e memória social. Também atua como comunicador científico, com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, no Instituto de Resistência Antimicrobiana de São Paulo, vinculado à Universidade Federal de São Paulo. Recebeu o prêmio de melhor tese no “XIX Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas” (2025).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6347-4356>

Email: igorlacerdasa@gmail.com

Morada: Rua Botucatu, n.º 862, Vila Clementino, São Paulo – SP, Brasil

Submetido: 05/09/2025 | Aceite: 05/01/2026



Este trabalho encontra-se publicado com a Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.