

Dinâmicas Culturais e Economia Criativa: a influência de feiras e eventos no fortalecimento da Moda e do Artesanato em contextos locais

Cultural Dynamics and Creative Economy: the influence of fairs and events in strengthening Fashion and Crafts in local contexts

Dynamiques culturelles et économie créative : l'influence des foires et des événements sur le renforcement de la mode et de l'artisanat dans les contextes locaux

DOI: 10.5965/259446301032026e8816

Élida Belquice de Araújo Santiago

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Campus Bauru.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6454581006921173>. Orcid: 0000-0002-0251-4166.

E-mail: elida.belquice@unesp.br

Marizilda dos Santos Menezes

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Campus Bauru.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4760173147289270>. Orcid: 0000-0003-4242-0698.

Scopus: 57214174671. E-mail: marizilda.menezes@unesp.br

Olimpio José Pinheiro

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Campus Bauru.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5459937078079140>. Orcid: 0000-0002-8015-7416.

Scopus: 57214740639. E-mail: oj.pinheiro@unesp.br



Licenciante: Revista de Ensino em Artes, Moda e Design, Florianópolis, Brasil.

Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Publicado pela Universidade do Estado de Santa Catarina

Copyright: © 2026 pelos autores.

Submetido em: 23/04/2026

Aprovado em: 17/08/2026

Publicado em: 01/10/2026

Resumo

A economia criativa tem se consolidado como um campo estratégico para o desenvolvimento territorial, especialmente em contextos nos quais a cultura, a moda e o artesanato atuam como vetores de geração de valor simbólico e econômico. Nesse cenário, feiras e eventos culturais assumem papel relevante ao promover a circulação de saberes, produtos e experiências, contribuindo para a valorização de práticas criativas locais. Este artigo analisa de que modo feiras e eventos culturais atuam como catalisadores do fortalecimento da moda e do artesanato em contextos locais, a partir do estudo de caso do evento Mercado Xique Xique, realizado no estado do Piauí. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, utilizando como procedimentos metodológicos a análise documental, entrevistas com participantes, observação direta e registros fotográficos, com tratamento dos dados por meio da análise temática. Os resultados evidenciam que o evento atua como um espaço de legitimação simbólica, fortalecimento identitário e ampliação das oportunidades de visibilidade e comercialização para artesãos e criadores de moda. Ao mesmo tempo, a análise revela limites relacionados à temporalidade pontual das ações e à necessidade de maior articulação com políticas públicas e estratégias de longo prazo. Conclui-se que eventos culturais como o Mercado Xique Xique configuram-se como instrumentos concretos de ativação da economia criativa territorial, desde que integrados a ações estruturantes capazes de sustentar seus impactos sociais, culturais e econômicos.

Palavras-chave: Economia criativa. Moda. Artesanato. Eventos culturais. Desenvolvimento territorial.

Abstract

The creative economy has established itself as a strategic field for territorial development, particularly in contexts where culture, fashion, and craftsmanship serve as drivers of symbolic and economic value. In this scenario, cultural fairs and events play a significant role by fostering the exchange of knowledge, products, and experiences, thereby contributing to the appreciation of local creative practices. This article analyzes how cultural fairs and events act as catalysts for strengthening fashion and craftsmanship at the local level, drawing on a case study of the Mercado Xique Xique event in the state of Piauí. The research employed a qualitative approach, utilizing methodological procedures such as document analysis, participant interviews, direct observation, and photographic documentation, with data processed through thematic analysis. The results demonstrate that the event serves as a space for

symbolic legitimization, the strengthening of identity, and the expansion of visibility and commercialization opportunities for artisans and fashion creators. At the same time, the analysis reveals limitations regarding the sporadic nature of these initiatives and the need for greater alignment with public policies and long-term strategies. The study concludes that cultural events like Mercado Xique Xique constitute concrete instruments for activating the local creative economy, provided they are integrated into structural initiatives capable of sustaining their social, cultural, and economic impacts.

Keywords: Creative economy. Fashion. Crafts. Cultural events. Territorial development.

Resumé

L'économie créative s'est imposée comme un domaine stratégique pour le développement territorial, en particulier là où la culture, la mode et l'artisanat agissent comme des vecteurs de valeur symbolique et économique. Dans ce contexte, les foires et événements culturels jouent un rôle majeur en favorisant les échanges de connaissances, de produits et d'expériences, contribuant ainsi à la valorisation des pratiques créatives locales. Cet article analyse la manière dont ces événements agissent comme des catalyseurs pour renforcer la mode et l'artisanat à l'échelle locale, en s'appuyant sur l'étude de cas du *Mercado Xique Xique*, dans l'État du Piauí. La recherche a adopté une approche qualitative, mobilisant des méthodes telles que l'analyse documentaire, les entretiens, l'observation directe et la documentation photographique, les données étant traitées par analyse thématique. Les résultats montrent que l'événement constitue un espace de légitimation symbolique et de renforcement identitaire, tout en offrant aux artisans et aux créateurs de mode une visibilité accrue et de nouvelles opportunités de commercialisation. Parallèlement, l'analyse met en évidence certaines limites liées au caractère ponctuel de ces initiatives et souligne la nécessité d'une meilleure articulation avec les politiques publiques et les stratégies à long terme. L'étude conclut que des événements culturels tels que le *Mercado Xique Xique* constituent des leviers concrets pour dynamiser l'économie créative locale, à condition qu'ils s'inscrivent dans des démarches structurelles capables de pérenniser leurs retombées sociales, culturelles et économiques.

Mots clé: Économie créative. Mode. Artisanat. Événements culturels. Développement territorial.

1 Introdução

Nas últimas décadas, a economia criativa tem se afirmado como um campo estratégico para o desenvolvimento de territórios, sobretudo em situações nas quais cultura, identidade e produção simbólica se articulam a dinâmicas econômicas e sociais. Nesse debate, a criatividade deixa de ser compreendida apenas como atributo individual ou expressão artística e passa a ocupar posição central nos processos de geração de valor. Adota-se, nesse estudo, a compreensão proposta por Howkins (2001), segundo a qual a economia criativa refere-se a um sistema econômico baseado na transformação de ideias, imaginação e conhecimento em ativos econômicos. Trata-se de um campo no qual expressões culturais, invenções e conteúdos simbólicos integram cadeias produtivas capazes de articular cultura, mercado e desenvolvimento.

Inseridas nessa lógica, a moda e o artesanato assumem relevância que ultrapassa sua dimensão produtiva. Essas práticas constituem formas de expressão cultural que materializam saberes locais, memórias coletivas e identidades territoriais. Em cidades de pequeno e médio portes, a moda autoral e o artesanato ganham destaque ao oferecer alternativas de geração de renda, ao mesmo tempo em que fortalecem vínculos simbólicos com o território e valorizam modos de fazer que transitam entre tradição e contemporaneidade.

As feiras e os eventos culturais ocupam papel central na organização e circulação dessas produções. Mais do que espaços de comercialização, configuram-se como ambientes de encontro entre produtores, consumidores, instituições e demais agentes da cadeia criativa, favorecendo a troca de saberes, a visibilidade das marcas e a construção de redes. Conforme aponta Lara (2017), eventos podem ser compreendidos como acontecimentos que reúnem pessoas em torno de finalidades diversas, como culturais, profissionais, educativas, políticas ou comemorativas, desempenhando papel essencial na dinâmica social e econômica das cidades.

Ao longo da história urbana, observa-se que muitas dinâmicas culturais, sociais e econômicas se estruturam em torno de eventos e feiras, especialmente quando se trata da circulação de bens culturais e criativos.

Dinâmicas Culturais e Economia Criativa: a influência de feiras e eventos no fortalecimento da Moda e do Artesanato em contextos locais

Élida Belquice de Araújo Santiago
Marizilda dos Santos Menezes
Olimpio José Pinheiro

Apesar dessa recorrência, ainda são limitados os estudos que analisam de forma sistemática como essas iniciativas contribuem para o fortalecimento da moda e do artesanato em contextos locais, considerando de maneira integrada seus impactos socioculturais, simbólicos e econômicos. A análise empírica de experiências concretas mostra-se fundamental para compreender como ações culturais localizadas podem produzir efeitos estruturantes na economia criativa territorial.

Este artigo adota como recorte empírico o evento Mercado Xique Xique, realizado no estado do Piauí, tomando-o como estudo de caso para investigar as dinâmicas culturais, produtivas e simbólicas mobilizadas por feiras voltadas à valorização da moda e do artesanato local. O Mercado Xique Xique apresenta-se como um espaço de convergência entre produção artesanal, criação em moda, identidade cultural e circulação de saberes, configurando-se como um objeto pertinente para a análise proposta.

Partiu-se, dessa forma, do seguinte problema de pesquisa: como as feiras e eventos culturais contribuem para o fortalecimento da produção artesanal e do setor da moda em contextos locais? O objetivo geral consistiu em analisar de que modo o evento Mercado Xique Xique atua como catalisador do fortalecimento da moda e do artesanato no território em que se estabelece, considerando sua inserção no campo da economia criativa. Como objetivos específicos, buscou-se: identificar práticas culturais e produtivas presentes no evento; compreender os impactos socioculturais, simbólicos e econômicos gerados; analisar sua contribuição para a visibilidade e comercialização das produções locais e; discutir desafios, limites e potencialidades dessa iniciativa para a expansão da economia criativa territorial.

Ao abordar tais questões, o artigo contribui para o debate sobre o papel dos eventos culturais como estratégias de valorização da moda e do artesanato, destacando sua relevância para o desenvolvimento local, a construção de identidades territoriais e o fortalecimento da economia criativa em contextos regionais. Nesse sentido, estabelece-se uma relação entre criação, transmissão de conhecimento e cultura, ao analisar feiras e eventos como espaços de produção, circulação e compartilhamento de

saberes. A investigação do Mercado Xique Xique evidencia como práticas criativas ancoradas em tradições locais são continuamente ressignificadas por meio de processos contemporâneos de criação, consumo e mediação cultural, permitindo compreender as dinâmicas pelas quais os conhecimentos são transmitidos, atualizados e socialmente apropriados, em uma articulação constante entre tradição e inovação.

2 Economia Criativa e Cultura Local

A noção de economia criativa emerge no início do século XXI, em resposta às transformações nos modos de produção, consumo e geração de valor, deslocando o foco, exclusivamente industrial, para atividades baseadas no conhecimento, na criatividade e na cultura. Conforme Howkins (2001), a economia criativa fundamenta-se na capacidade de transformar ideias, expressões culturais e ativos simbólicos em valores econômicos, ampliando as possibilidades de desenvolvimento, sobretudo em territórios historicamente situados à margem dos grandes centros produtivos. Nessa perspectiva, criatividade e cultura deixam de ser compreendidas apenas como dimensões subjetivas ou estéticas e passam a ocupar lugar estratégico nas dinâmicas econômicas contemporâneas.

Bendassolli et al. (2009) ampliam essa compreensão ao analisarem as indústrias criativas como um campo composto por atividades nas quais a criatividade assume papel central na geração de valor econômico e simbólico. Os autores destacam que essas atividades se caracterizam pela convergência entre cultura, conhecimento, produção, consumo e mercado, não se limitando a um conjunto homogêneo de setores produtivos. Assim, compreende-se que o valor produzido na economia criativa depende não apenas das características dos produtos, mas também das relações estabelecidas entre agentes, organizações, práticas culturais e contextos sociais. Tal abordagem permite interpretar a economia criativa como um campo relacional, no qual processos, narrativas, experiências e significados culturais participam da construção do valor.

A consolidação da economia criativa exige, portanto, mecanismos capazes de promover a circulação simbólica e econômica dessas produções. As feiras e os eventos culturais assumem papel central nesse processo ao

criarem espaços de conexão entre produtores e públicos diversos, ampliando o alcance das criações locais e favorecendo ambientes de experimentação, intercâmbio de saberes e construção de redes colaborativas. Ao reunir múltiplos agentes da cadeia criativa, esses eventos atuam como catalisadores de processos econômicos e socioculturais, que dificilmente se estruturariam de forma isolada.

Bakhshi et al. (2013) destacam a relevância da concentração espacial e das relações de proximidade para determinadas atividades criativas. Segundo os autores, a interação entre profissionais, organizações e públicos favorece a circulação de conhecimentos, a formação de redes e o desenvolvimento de processos colaborativos. Essa perspectiva contribui para compreender as feiras e os eventos culturais como espaços temporários de aproximação entre diferentes agentes da economia criativa, nos quais podem ocorrer intercâmbios profissionais, reconhecimento social e circulação de produções locais.

Compreender a economia criativa como um campo ancorado na cultura local fundamenta a análise de eventos específicos como estratégias concretas de desenvolvimento territorial. Essa abordagem justifica a investigação de iniciativas culturais localizadas, como o evento Mercado Xique Xique, não como acontecimentos pontuais, mas como práticas que revelam potencialidades, limites e desafios da economia criativa aplicada à moda e ao artesanato em contextos regionais.

3 Moda, Artesanato e Identidade Territorial

A moda e o artesanato configuram campos de produção cultural profundamente vinculados aos territórios em que se desenvolvem. Mais do que responder a demandas utilitárias ou mercadológicas, essas práticas expressam valores simbólicos, saberes compartilhados e formas de organização social, atuando como linguagens culturais por meio das quais identidades coletivas, memórias e modos de vida são materializados. Ao estabelecerem vínculos diretos entre criação, território e pertencimento, moda e artesanato tornam-se espaços privilegiados de produção de sentido no contexto local.

O artesanato pode ser compreendido como um saber-fazer que articula técnica, experiência e cultura. Conforme argumenta Sennett (2021), o valor do artesanato não reside apenas no produto final, mas no processo de fazer, no qual o conhecimento é construído de forma incorporada, a partir da prática continuada, da repetição e do cuidado com o trabalho. Essa leitura afasta o artesanato de interpretações folclorizadas ou residuais e o reconhece como uma forma legítima de produção cultural e econômica, particularmente relevante em territórios onde os saberes manuais são transmitidos e atualizados ao longo do tempo.

A moda, quando analisada para além dos grandes centros industriais e dos sistemas hegemônicos de produção, revela-se igualmente vinculada aos contextos sociais e culturais nos quais é produzida e consumida. Lipovetsky e Roux (2005), ao examinarem as transformações históricas do luxo e do consumo, demonstram que os bens de moda participam de processos de individualização, diferenciação social e construção simbólica. Dessa forma, compreende-se que a moda vai além da sua dimensão funcional ou aparente, pois seus produtos também carregam significados, valores e formas de pertencimento.

Essa articulação entre moda, artesanato e território pode ser aprofundada a partir das discussões sobre identidade cultural. Hall (2006) compreende a identidade não como uma essência fixa, mas como um processo histórico e relacional, produzido por práticas sociais, discursos e disputas simbólicas. As produções de moda e artesanato tornam-se, assim, meios pelos quais sujeitos e coletivos constroem, afirmam e ressignificam suas identidades, especialmente quando inseridos em espaços de visibilidade ampliada e reconhecimento social.

Canclini (2019) contribui para essa leitura ao destacar os processos de hibridização cultural, nos quais tradições locais se articulam a dinâmicas contemporâneas de consumo, comunicação e circulação simbólica. Para o autor, práticas culturais não se mantêm isoladas entre o tradicional e o moderno, mas são continuamente ressignificadas à medida que circulam por novos contextos sociais, econômicos e institucionais. No campo da moda e do artesanato, essas articulações manifestam-se na incorporação de novas linguagens estéticas, tecnologias e estratégias de mercado, sem

que isso implique, necessariamente, na perda do vínculo com o território. Ao contrário, tais combinações podem reforçar a singularidade das produções locais e ampliar seu reconhecimento cultural e econômico.

A circulação simbólica assume papel central nesse processo. Conforme a teoria do campo cultural de Bourdieu (1996), os bens culturais adquirem valor a partir das relações sociais, institucionais e simbólicas que os legitimam no interior de um campo específico. As feiras e eventos culturais aqui, configuram-se como espaços estratégicos de legitimação, nos quais a moda e o artesanato podem disputar visibilidade, reconhecimento e valor simbólico no campo cultural mais amplo.

Essa legitimação simbólica também se relaciona à valorização econômica dos produtos. Barbosa e Campbell (2007) demonstram que o consumo não se limita à aquisição ou à utilização de bens, constituindo-se uma prática cultural por meio da qual objetos recebem significados, expressam identidades e participam das relações sociais. O artesanato, a partir dessa compreensão, pode ser interpretado não apenas como mercadoria, mas como um bem cultural associado a saberes, trajetórias, territórios e modos de vida. Nesse cenário, os eventos culturais atuam como os mediadores desse processo, ao aproximarem produtores e consumidores e ao associarem os produtos a narrativas de origem, identidade e pertencimento, ampliando o reconhecimento simbólico e suas possibilidades de circulação econômica.

Compreendidos a partir de suas dimensões territoriais, moda e artesanato revelam-se práticas culturais estratégicas para o desenvolvimento local. Ao articularem identidade, produção e circulação simbólica, essas atividades contribuem para a constituição de economias criativas enraizadas no território, nas quais o valor emerge não apenas do produto final, mas das relações sociais e culturais que o sustentam. Essa perspectiva permite compreender eventos culturais como mecanismos de articulação entre agentes, saberes e práticas produtivas, justificando sua investigação como espaços de fortalecimento da moda e do artesanato em contextos territoriais específicos.

4 Feiras e Eventos Culturais como Espaços de Circulação Cultural e Produtiva

As feiras e os eventos culturais constituem instrumentos relevantes na organização e dinamização da economia criativa, sobretudo em territórios nos quais a cultura local, a produção artesanal e a moda assumem papel estratégico no desenvolvimento. Esses espaços superam a função de simples pontos de comercialização, ao desempenharem múltiplas funções, como circulação simbólica, mediação cultural, formação de públicos e fortalecimento de redes produtivas. Ao concentrar, ainda que temporariamente, fluxos econômicos, sociais e culturais, os eventos criam condições favoráveis para a ativação de dinâmicas criativas no território.

Do ponto de vista cultural, essas iniciativas ampliam a visibilidade de práticas e saberes que, em muitos casos, permanecem restritos a circuitos informais ou pouco reconhecidos. Ao reunir produtores, criadores, gestores culturais e consumidores em um mesmo espaço e tempo, as feiras favorecem processos de reconhecimento simbólico, que contribuem para a legitimação social do artesanato e da moda local. Essa dinâmica evidencia a cultura como um processo relacional, construído a partir da interação entre sujeitos, narrativas e territórios, e não apenas como resultado material ou mercadológico.

As feiras e eventos também operam como espaços de mediação entre tradição e contemporaneidade. Ao integrar práticas artesanais, criações em moda e linguagens estéticas atuais, tais eventos possibilitam processos de atualização cultural que não implicam ruptura com os saberes tradicionais. A participação ativa dos sujeitos locais na organização e na realização dessas iniciativas favorece a troca de experiências, a circulação de conhecimentos e a construção de vínculos sociais, reforçando o caráter coletivo da economia criativa e afastando-a de uma lógica estritamente individualizada ou competitiva.

No plano produtivo, a circulação promovida por feiras e eventos culturais manifesta-se na formação de redes colaborativas. Esses espaços estimulam encontros entre artesãos, designers, produtores e instituições, criando oportunidades para parcerias, intercâmbios técnicos e articulações futuras. Ainda que temporários, tais encontros produzem efeitos que se

estendem para além da duração do evento, contribuindo para a continuidade das relações profissionais e para o fortalecimento das cadeias criativas locais.

Ao articular visibilidade simbólica, dinamização econômica e mobilização social, as feiras e eventos culturais revelam-se fundamentais para a ativação da economia criativa em escala territorial. Essa compreensão teórica fundamenta a análise de experiências concretas, permitindo observar como eventos específicos materializam, no plano local, as dinâmicas discutidas. É a partir dessa perspectiva que se justifica a investigação do Mercado Xique Xique como estudo de caso, considerando sua atuação no contexto cultural e produtivo do Piauí.

5 Metodologia

A presente pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, por privilegiar a compreensão dos significados atribuídos pelos sujeitos às suas experiências sociais, permitindo interpretar fenômenos complexos inseridos em seus contextos naturais (CRESWELL; CRESWELL, 2023; MINAYO, 2014).

O método adotado foi o estudo de caso, tendo como foco o evento Mercado Xique Xique, realizado no estado do Piauí, que se caracteriza como estratégia metodológica apropriada para investigar fenômenos contemporâneos inseridos em seus contextos reais, especialmente quando os limites entre fenômeno e contexto não estão claramente definidos (YIN, 2015).

No que se refere às técnicas de coleta de dados, a pesquisa empregou múltiplos procedimentos, buscando a triangulação das informações. Inicialmente, realizou-se a análise documental, a partir de materiais como programações oficiais, registros institucionais, relatórios, materiais de divulgação e conteúdos publicados em meios digitais relacionados ao evento. Esses documentos possibilitaram compreender os objetivos, a organização, as propostas culturais e as estratégias de visibilidade adotadas. A análise documental permite acessar registros produzidos, independentemente da pesquisa, possibilitando compreender contextos, acontecimentos e práticas institucionais (GIL, 2022).

Participaram da pesquisa três organizadores do evento, selecionados por amostragem intencional, por terem participado da idealização e da organização do Mercado Xique Xique desde sua primeira edição. As entrevistas foram realizadas por encontros via *Google Meet*, juntamente com os organizadores. Também responderam ao questionário nove representantes de marcas expositoras, escolhidos por atuarem diretamente nas áreas de moda e artesanato durante a edição investigada. Todos os participantes foram convidados voluntariamente e responderam aos questionários aplicados via *Google Forms*, mediante assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. A coleta de dados foi realizada entre julho e setembro de 2025, durante a terceira edição do Mercado Xique Xique. As entrevistas semiestruturadas favoreceram a exploração aprofundada das percepções dos participantes, permitindo flexibilidade durante a coleta dos dados (MINAYO, 2014).

O questionário continha vinte questões, sendo treze objetivas e sete discursivas, organizadas em torno de quatro eixos analíticos: perfil do expositor, participação no evento, impactos percebidos e perspectivas futuras.

A observação direta também constituiu uma técnica central da pesquisa, considerando a participação da pesquisadora como observadora não participante. A observação permitiu registrar interações, dinâmicas espaciais, formas de circulação do público, estratégias expositivas e relações estabelecidas entre produtores e consumidores, contribuindo para uma compreensão contextualizada das práticas culturais e produtivas mobilizadas.

Como recurso complementar, foram utilizados registros fotográficos, que auxiliaram na documentação visual das atividades, dos produtos expostos e das interações observadas. Esses registros enriqueceram a análise descritiva e funcionaram como suporte para a interpretação das dimensões estéticas, simbólicas e territoriais presentes no evento.

Para a organização e interpretação dos dados, adotou-se a análise temática proposta por Braun e Clarke (2022), método que consiste na identificação, organização e interpretação de padrões de significado recorrentes no conjunto dos dados coletados. A aplicação dessa técnica possibilitou a

construção de categorias analíticas relacionadas às práticas culturais, aos impactos socioculturais, simbólicos e econômicos, bem como aos desafios e às potencialidades dos eventos culturais para o fortalecimento da moda e do artesanato local. A análise foi desenvolvida ainda, seguindo as etapas propostas por Braun e Clarke (2022): familiarização com os dados, codificação inicial, construção dos temas, revisão dos temas, definição e nomeação dos temas e redação do relatório analítico.

A metodologia buscou articular diferentes fontes e técnicas de coleta e análises, assegurando rigor científico, coerência com os objetivos da pesquisa e uma leitura aprofundada do evento Mercado Xique Xique, como experiência representativa das dinâmicas da economia criativa em contextos locais.

6 Mercado Xique Xique

O Mercado Xique Xique teve início em 2023, na cidade de Teresina (PI), a partir da iniciativa de três profissionais atuantes nos campos da moda e da produção cultural: Aline Souto, Marta Sérgio e Tito Passos. A criação do evento decorreu de uma inquietação compartilhada pelo grupo em relação à limitada visibilidade enfrentada por artesãos e designers locais, cujas produções, apesar da qualidade estética e do vínculo com a cultura regional, encontravam poucas oportunidades de circulação e reconhecimento nos circuitos convencionais de moda e consumo cultural.

Concebido como uma estratégia de enfrentamento a esse cenário, o evento foi estruturado como um espaço voltado à visibilidade, à legitimação simbólica e ao fortalecimento de marcas autorais locais. Desde sua concepção, ele buscou ir além da lógica estritamente comercial das feiras tradicionais, propondo-se a valorizar narrativas, processos criativos e vínculos territoriais. Conforme destacado por uma das organizadoras em entrevista, *“a proposta do evento envolve não apenas a venda de produtos, mas a comunicação da identidade dos negócios, entendendo que a consolidação das marcas locais passa pela afirmação simbólica de suas histórias, valores e modos de fazer”*.

A primeira edição do evento reuniu, aproximadamente, 20 marcas vinculadas à moda autoral e ao artesanato do Piauí. Ainda em sua fase

inicial, o Mercado Xique Xique demonstrou capacidade de articulação entre criadores, público e território, consolidando-se como um espaço de encontro e troca entre diferentes agentes da economia criativa local. A adesão progressiva de novos participantes e o reconhecimento do público contribuíram para a continuidade da iniciativa, que passou a ser realizada duas vezes ao ano, ampliando sua presença no calendário cultural da cidade. Em sua edição mais recente à pesquisa, realizada em 2025, o evento contou com a participação de 69 marcas e atraiu um público estimado em cerca de quatro mil pessoas, evidenciando seu fortalecimento enquanto plataforma de circulação cultural e produtiva. Na Figura 1, apresentamos uma linha do tempo representada pelas identidades visuais utilizadas no evento ao longo dos anos em que vem ocorrendo.

Figura 1: Linha do tempo das edições Mercado Xique Xique.



Fonte: Autores, 2026.

Do ponto de vista organizacional, o Mercado Xique Xique apresenta uma programação que integra exposição e comercialização de produtos, atividades culturais e momentos de interação entre produtores e público. Realizado ao longo de três dias, o evento constrói um ambiente que se aproxima de uma experiência cultural ampliada, na qual a disposição dos estandes, a curadoria dos produtos e a diversidade dos participantes evidenciam a singularidade das produções locais. Observa-se uma preocupação em reforçar narrativas associadas ao território, aos modos de fazer e às trajetórias dos artesãos e criadores envolvidos. Dos nove entrevistados, todos, de forma unânime, afirmaram que o evento ampliou, significativamente, a visibilidade de suas marcas.

Dinâmicas Culturais e Economia Criativa: a influência de feiras e eventos no fortalecimento da Moda e do Artesanato em contextos locais

Élida Belquice de Araújo Santiago
Marizilda dos Santos Menezes
Olimpio José Pinheiro

As dinâmicas culturais observadas indicam que o evento atua como um espaço de circulação de saberes e experiências. A presença direta dos produtores junto ao público favorece a troca de informações sobre técnicas, materiais e processos criativos, aproximando quem produz de quem consome. Essa interação contribui para a valorização simbólica dos produtos, uma vez que o consumo passa a ser mediado por narrativas que enfatizam identidade, pertencimento e autenticidade. Na Figura 2, temos registros da Feira com a disposição dos espaços e a circulação de pessoas visitando os estandes das marcas.

Figura 2: Mercado Xique Xique 2024, disposição do espaço e circulação de pessoas



Fonte: Relatório do evento 2024 e registro do instagram @xiquexiquemercado¹.

No plano produtivo, o Mercado Xique Xique favorece a inserção de artesãos e criadores em circuitos de comercialização mais estruturados, ainda que em escala local. A concentração de público e a visibilidade proporcionada pelo evento ampliam oportunidades de venda e divulgação, além de estimular a criação de redes de contato entre os participantes. O evento funciona, assim, como um espaço de experimentação mercadológica, no qual os produtores testam produtos, linguagens estéticas e estratégias de apresentação, contribuindo para o aprimoramento de suas práticas.

¹ Disponível em:
<https://www.instagram.com/xiquexiquemercado/>

A entrevista com a organizadora revelou que, ao longo das edições, diversos coletivos de moda e artesanato surgiram a partir de conexões estabelecidas no próprio evento. Valores como coletividade, diversidade, inclusão, sustentabilidade e fortalecimento da autoria orientam as decisões curatoriais e organizacionais, não se restringindo a um discurso institucional. Essa postura diferencia o Xique Xique de modelos tradicionais de feiras comerciais, ao assumir um posicionamento político e cultural comprometido com a valorização da diferença e com a ampliação das condições de visibilidade para marcas autorais locais.

A concepção do evento como *“não apenas um espaço de compra e venda, mas um espaço de experiências”*, conforme afirmado pela organizadora, expressa uma compreensão ampliada do papel dos eventos culturais. O consumo é atravessado por vivências simbólicas, afetivas e educativas, envolvendo o contato direto com os criadores, o acesso às narrativas das marcas e a imersão em temáticas que estimulam reflexões sobre identidade, território e pertencimento.

Essa dimensão experiencial se materializa nas temáticas que orientam cada edição do evento. A quarta edição adotou o tema “Põe os olhos em mim”, inspirado na trajetória de Esperança Garcia, figura histórica do Piauí reconhecida por sua luta por direitos. A escolha operou como um chamado simbólico à valorização das produções locais. Na quinta edição, o tema “Sim, se pode”, inspirado na obra de Torquato Neto, reforçou mensagens de empoderamento e afirmação criativa. Já a sexta edição, intitulada “Na cena”, ampliou a dimensão inclusiva do evento, ao destacar marcas com produtos desenvolvidos por pessoas surdas, reafirmando o compromisso com práticas culturais mais diversas e representativas.

Os impactos socioculturais do Mercado Xique Xique manifestam-se no fortalecimento do sentimento de pertencimento e no reconhecimento dos participantes enquanto agentes culturais. Artesãos e criadores percebem o evento como um espaço de afirmação de suas trajetórias e saberes, ao mesmo tempo em que o público passa a reconhecer a diversidade e a potência criativa do território piauiense. A Figura 3 mostra alguns produtos vendidos no evento, que expressam a regionalidade e o DNA das marcas locais.

Dinâmicas Culturais e Economia Criativa: a influência de feiras e eventos no fortalecimento da Moda e do Artesanato em contextos locais

Élida Belquice de Araújo Santiago
Marizilda dos Santos Menezes
Olimpio José Pinheiro

Figura 3: Carrossel De Imagens: Marcas @Coidasdeary, @Zabele Moda, @Artesie.Art, @Cobre Energético, @Coisas De Jaira, @Patuacasa.



Fonte: Instagram do evento, disponíveis em: @xiquexiquemercado². Créditos a AC propaganda adaptado pelos autores.

A análise documental do Relatório Avaliativo da 4ª edição, realizada em dezembro de 2024, aprofunda a compreensão desses impactos. Os dados indicam a consolidação do evento como plataforma relevante de visibilidade e comercialização, com ampla captação de novos clientes e fortalecimento da presença das marcas nas redes sociais. Destaca-se também a dimensão formativa do evento, evidenciada pelas oficinas realizadas em parceria com o Sebrae-PI, voltadas à gestão de negócios, precificação e atendimento, reforçando o caráter de aprendizado e profissionalização.

No campo simbólico, o relatório ressalta a importância da curadoria temática como elemento estruturante do evento, reforçando sua proposta de se constituir como um espaço de experiências culturais. A avaliação dos expositores aponta como aspectos positivos a organização, a diversidade de marcas, a valorização do artesanato e o fortalecimento do senso de comunidade. Ao mesmo tempo, são identificados limites relacionados à fragmentação de investimentos institucionais, à ausência de espaços

² Disponível em:
<https://www.instagram.com/xiquexiquemercado/>

permanentes de comercialização e à necessidade de maior planejamento público voltado à economia criativa.

Analizamos ainda o Relatório Técnico Conclusivo da IV edição do Mercado Xique Xique (2024), que acrescenta elementos relevantes à compreensão dos impactos do evento que não haviam sido explorados anteriormente, especialmente no que se refere às práticas de sustentabilidade e à percepção dos consumidores. O documento evidencia que a maioria das marcas participantes adota processos produtivos majoritariamente manuais, com uso recorrente de matérias-primas naturais, reaproveitamento de materiais e estratégias de redução de resíduos, articulando dimensões ambientais, sociais e econômicas da sustentabilidade. O relatório demonstra que o evento funciona como um espaço pedagógico, no qual os próprios expositores comunicam seus processos e valores, contribuindo para a construção de uma cultura de consumo mais consciente entre os visitantes.

Outro aspecto relevante apontado pelo relatório refere-se à experiência do consumidor e à ressignificação do valor dos produtos artesanais e de moda. Os dados indicam que o público associa sustentabilidade não apenas a critérios ambientais, mas também ao trabalho manual, à durabilidade das peças, à história das marcas e à identidade de quem produz. Essa percepção desloca o entendimento de valor do preço imediato para atributos intangíveis, como tempo de produção, singularidade e vínculo cultural, aproximando o consumo de uma experiência simbólica e afetiva. Ao mesmo tempo, o relatório aponta limites importantes, como a dificuldade dos consumidores em compreender plenamente o alcance das práticas sustentáveis adotadas pelas marcas, indicando a necessidade de estratégias mais claras de comunicação e mediação cultural.

Os questionários aplicados aos nove representantes das marcas corroboram esses achados. Todos os respondentes relataram impactos positivos na divulgação e ampliação do público consumidor, além de percepções recorrentes de aumento de vendas durante e após o evento. Os participantes também destacaram o fortalecimento profissional, a ampliação de redes de contato e a valorização das trocas de experiências

proporcionadas pelo ambiente coletivo. As respostas abertas evidenciam a forte relação entre as produções e a cultura local, bem como o reconhecimento das temáticas do evento como fatores centrais para a valorização simbólica das marcas.

O Mercado Xique Xique revela-se como uma experiência significativa de articulação entre cultura, economia e território. Sua análise confirma que feiras culturais dessa natureza não devem ser compreendidas como ações pontuais, mas como práticas estratégicas capazes de promover reconhecimento simbólico, fortalecer redes produtivas e contribuir para o desenvolvimento territorial da moda e do artesanato em contextos locais.

7 Considerações Finais

As reflexões apresentadas nesta pesquisa partiram do questionamento sobre o papel das feiras e eventos culturais no fortalecimento da produção artesanal e do setor da moda em contextos locais, tomando como objeto de análise o Mercado Xique Xique. A investigação evidenciou que tais eventos atuam como dispositivos estratégicos de articulação entre cultura, economia e território, extrapolando a dimensão comercial ao promoverem circulação simbólica, reconhecimento social e fortalecimento identitário.

Os resultados obtidos evidenciam que o Mercado Xique Xique vai além da função de espaço destinado, exclusivamente, à comercialização de produtos, configurando-se como um ambiente de articulação entre cultura, produção e desenvolvimento territorial. Ao favorecer a circulação de saberes, a valorização das identidades locais e a ampliação da visibilidade de artesãos e criadores de moda, o evento confirma a compreensão de Howkins (2001) de que a economia criativa se fundamenta na transformação de ativos culturais e simbólicos em valor econômico. Além disso, aponta que práticas culturais territorializadas podem constituir estratégias relevantes para o fortalecimento de economias criativas locais, especialmente em regiões historicamente pouco contempladas pelas políticas de desenvolvimento.

Observou-se, igualmente, que a participação no evento fortalece processos de reconhecimento e pertencimento entre produtores, consumidores e instituições envolvidas. Nesse sentido, os resultados

dialogam com Hall (2006), para quem as identidades culturais constituem processos históricos e relacionais continuamente construídos nas interações sociais. A valorização da moda e do artesanato locais não decorre apenas da comercialização dos produtos, mas também da produção de significados compartilhados, capazes de reafirmar vínculos entre sujeitos, territórios e patrimônio cultural.

Ao mesmo tempo, a pesquisa revela limites importantes, sobretudo no que se refere à descontinuidade dos impactos gerados, frequentemente concentrados nos períodos de realização do evento. Essa condição aponta para a necessidade de compreender tais iniciativas como parte de estratégias mais amplas e contínuas, articuladas a políticas públicas, processos de formação e ações estruturantes voltadas ao fortalecimento da cadeia produtiva local.

Do ponto de vista teórico, o estudo contribui para o campo da economia criativa, ao reafirmar a moda e o artesanato como práticas culturais estratégicas, evidenciando o papel dos eventos como mediadores entre produção, identidade e mercado. Nesse sentido, demonstra como feiras culturais constituem espaços de criação e transmissão de conhecimentos, nos quais saberes tradicionais são continuamente ressignificados por meio de práticas contemporâneas, em uma dinâmica que articula tradição e inovação.

Os dados também indicam que o Mercado Xique Xique promove espaços de encontro nos quais práticas tradicionais convivem com novas linguagens estéticas, estratégias de comunicação e formas contemporâneas de comercialização. Essa dinâmica aproxima-se da perspectiva de Canclini (2019), segundo a qual os processos de hibridização cultural possibilitam que tradição e inovação coexistam, produzindo novas formas de expressão cultural, sem romper, necessariamente, com as referências territoriais que lhes dão origem.

Em termos práticos, os achados oferecem subsídios para gestores, produtores e formuladores de políticas públicas, ao destacar a importância de investimentos em eventos culturais associados a estratégias de continuidade e integração territorial. O Mercado Xique Xique revela-se

como uma experiência significativa das potencialidades e dos desafios da economia criativa em contextos locais.

A legitimação simbólica observada ao longo da pesquisa também reforça a importância desses eventos para o reconhecimento social da produção local. Conforme propõe Bourdieu (1996), o valor dos bens culturais é construído no interior das relações sociais e dos campos de produção simbólica. Nesse sentido, o Mercado Xique Xique atua como um espaço de legitimação da moda e do artesanato piauienses, ampliando seu reconhecimento cultural e fortalecendo sua inserção nos circuitos econômicos e criativos.

No campo do Ensino em Artes, Moda e Design, o estudo evidenciou o potencial dos eventos culturais como espaços formativos que fogem do ensino formal. O Mercado Xique Xique configura-se como um ambiente de aprendizagem situada, no qual processos de criação, produção e circulação são vivenciados de forma integrada, promovendo a troca de saberes e contribuindo para a formação profissional. Além disso, as ações formativas realizadas no contexto do evento, como oficinas e atividades de capacitação, reforçam sua dimensão pedagógica, ao articular conhecimentos tradicionais e contemporâneos. Tais experiências aproximam teoria e prática e reforçam o papel de iniciativas culturais como extensões do processo educativo, alinhadas às demandas e especificidades dos territórios.

A pesquisa demonstrou que feiras e eventos culturais podem atuar como mecanismos de articulação entre diferentes atores da economia criativa, favorecendo a formação de redes colaborativas, a circulação de conhecimentos e a construção de oportunidades de desenvolvimento territorial. Essa interpretação aproxima-se das discussões de Bakhshi *et al.* (2013), que destacam a importância das interações presenciais e da proximidade entre agentes para o fortalecimento dos ecossistemas criativos. Embora o estudo esteja circunscrito ao caso do Mercado Xique Xique, seus resultados oferecem subsídios para futuras investigações sobre eventos culturais como estratégias de fortalecimento da moda, do artesanato e da economia criativa em outros contextos territoriais,

**Dinâmicas Culturais e Economia Criativa: a
influência de feiras e eventos no
fortalecimento da Moda e do Artesanato
em contextos locais**

Élida Belquice de Araújo Santiago
Marizilda dos Santos Menezes
Olimpio José Pinheiro

ampliando o debate acerca das relações entre cultura, desenvolvimento e
inovação³.

3 Revisão gramatical realizada por Jorgelene de Sousa Lima, Licenciada em Letras/Português - UESPI 2011; Mestre em Letras/Linguística – UFPI; Doutoranda em Letras/Linguística – UFPI. E-mail: dilene.sousa@ifpi.edu.br.

Agência de pesquisa financiadora da pesquisa

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Declaração de conflito de Interesses

Os autores declaram não ter conhecimento de conflitos de interesses financeiros ou relacionamentos pessoais que possam ter influenciado o trabalho relatado neste artigo.

Declaração de Contribuição dos Autores e Colaboradores (CRediT - Contributor Roles Taxonomy)

Metodologia: Élida Belquice de Araújo Santiago.

Validação: Marizilda dos Santos Menezes; Olimpio José Pinheiro.

Redação – Rascunho Original: Élida Belquice de Araújo Santiago.

Redação – Revisão e Edição: Élida Belquice de Araújo Santiago; Marizilda dos Santos Menezes; Olimpio José Pinheiro

Declaração de Uso de Inteligência Artificial

Durante a preparação deste trabalho, os autores utilizaram o ChatGPT (OpenAI) com a finalidade exclusiva de verificar a gramática e melhorar a clareza da linguagem. Após o uso dessa ferramenta/serviço, os autores revisaram e editaram o conteúdo conforme necessário e assumem total responsabilidade pelo conteúdo da publicação.

Material suplementar

Todos os dados necessários para reproduzir os resultados estão contidos no próprio artigo.

Agradecimentos

Agradecemos ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Estadual Paulista (UNESP), campus de Bauru, pela formação crítica, pelas interlocuções acadêmicas e pelo constante incentivo ao desenvolvimento desta pesquisa. Agradecemos, ainda, à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo fomento concedido, fundamental para a realização deste estudo e para a viabilização de sua trajetória acadêmica. Registramos também nossos agradecimentos a Aline Souto, à equipe de organizadores e ao grupo do Mercado Xique Xique, que prontamente abriram suas portas para a pesquisa, disponibilizando documentos e colaborando por meio de questionários e entrevistas.

Referências

- BAKSHI, Hasan; FREEMAN, Alan; HIGGS, Peter. **A dynamic mapping of the UK's creative industries**. London: Nesta, 2013. Disponível em: https://media.nesta.org.uk/documents/a_dynamic_mapping_of_the_creative_industries.pdf. Acesso em: 3 jan. 2026.
- BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina e. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 10-18, jan./mar. 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. **Thematic analysis: a practical guide**. London: SAGE, 2022.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2019.
- CRESWELL, John W.; CRESWELL, J. David. **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. 6. ed. Thousand Oaks: SAGE, 2023.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HOWKINS, John. **The creative economy: how people make money from ideas**. London: Penguin Books, 2001.
- LARA, Larissa Mongruel Martins de. **Tipologia de eventos**. Ponta Grossa: UEPG/NUTEAD, 2017.
- LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- MERCADO XIQUE XIQUE. **Relatório avaliativo da 4ª edição do Mercado Xique Xique**. Teresina: Mercado Xique Xique, 2024.
- MERCADO XIQUE XIQUE. **Relatório técnico conclusivo do Mercado Xique Xique** – Edição Natal. Teresina: Mercado Xique Xique, 2025.

**Dinâmicas Culturais e Economia Criativa: a
influência de feiras e eventos no
fortalecimento da Moda e do Artesanato
em contextos locais**

Élida Belquice de Araújo Santiago
Marizilda dos Santos Menezes
Olimpio José Pinheiro

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento:** pesquisa qualitativa em saúde. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

SENNETT, Richard. **O artífice.** Tradução de Clóvis Marques. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2021.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.