

O MERCADO CULTURAL DE OLINDA



Graziella Reis Lôbo Ramos
Universidade Federal de Pernambuco

Tayanne Patrícia Gonçalves Patrícia
Universidade Federal de Pernambuco

Vanessa Da Silva Martins
Universidade Federal de Pernambuco

Sinopse

O presente curta é resultado da etnografia que realizamos no município de Olinda, baseado no Mercado cultural do Sítio Histórico da cidade. Observando alguns espaços específicos do município, foram eles: o Mercado da Ribeira, Mercado Eufrásio Barbosa e o Alto da Sé, situados nos bairros do Carmo, Varadouro e Alto da Sé, respectivamente. O curta apresenta de forma breve um pouco da história dos locais abordados e o sentimento que os comerciantes sentem em relação aos espaços, sendo possível compreender o funcionamento do comércio tradicional de Olinda.

A partir da etnografia realizada, procuramos fazer o estudo de uma cultura por meio da visão dos participantes locais, isto é, dos

2024
Volume 10, Coleção 1
(n.1)

ISSN: 2525 – 3781

artesões, comerciantes e turistas presente nas regiões escolhidas. Dessa forma, buscamos aprender e compreender sobre o “entendimento de mundo” de outras pessoas, entender como as outras pessoas vê em as suas experiências diárias nas localidades, deixando de lado noções etnocêntricas. Ou seja, as perspectivas e vivências dos nossos entrevistados nos deu caminhos para construirmos nossa etnografia e consequentemente neste presente Curta.

Através da lente do curta, pudemos destacar como as promessas iniciais de certo modo romantizadas sobre o local se distanciaram da realidade observada. Por meio do cinema observacional e participativo, fomos capazes de capturar a realidade e as vozes da comunidade afetada, permitindo que os espectadores se conectassem de forma mais profunda com os acontecimentos e desafios apresentados. Mostrando que o curta não apenas expôs as paisagens e elementos culturais locais, mas também trouxe à tona questões mais amplas sobre o desenvolvimento urbano, insegurança e descaso nos ambientes observados, além das percepções dos atores da economia cultural do Sítio Histórico de Olinda. Servindo também como um apelo ao incentivo ao turismo, sendo da mesma forma uma reflexão sobre os desafios enfrentados pelos artesões e comerciantes.

Portanto, podemos compreender que os cartões-postais alcançam não apenas palavras escritas para serem guardadas como lembranças e enviadas a terceiros, mas também todas as imagens e discursos capturados e transformados em breves ao longo de nossa etnografia. O curta busca apresentar um olhar sobre os aspectos culturais que relacionam Olinda com o comércio cultural, contendo o objetivo de expor a paisagem

(representante do espaço urbano), a cultura (as obras produzidas pelos artesões) e o comércio (o forte elo entre a cidade e a cultura a partir dos comentários de alguns artesões e vendedores), notando assim as noções de poder cultural no curta, uma vez que, aproxima e associa comércio e cultura, sendo estruturado com base nas paisagens locais e nos relatos dos trabalhadores desses espaços.

O curta conta com as vozes de: Genésio Reis artesão e comerciante do Mercado da Ribeira, Igor Varejão turismólogo e funcionário do Mercado Eufrásio Barbosa, André Santana comerciante na feirinha da Sé, Dona Maria artesã e vendedora de tapioca, Edson Ferreira vendedor e José Pessoa artesão e vendedor na feirinha da Sé.

Sinopsys:

This short film is the result of ethnography that we carried out in the municipality of Olinda, based on the cultural market of the city's Historic Site. Observing some specific spaces in the municipality, they were: Mercado da Ribeira, Mercado Eufrásio Barbosa and Alto da Sé, located in the neighborhoods of Carmo, Varadouro and Alto da Sé, respectively. The short film briefly presents a little of the history of the places covered and the feelings that traders feel towards the spaces, making it possible to understand the functioning of traditional commerce in Olinda.

Based on the ethnography carried out, we seek to study a culture through the vision of local participants, that is, artisans, traders and tourists present in the chosen regions. In this way, we seek to learn and understand other people's “understanding of the world”, to understand how other people see their daily experiences in

localities, leaving aside ethnocentric notions. In other words, the perspectives and experiences of our interviewees gave us ways to build our ethnography and consequently this short film.

Through the lens of the short, we were able to highlight how the initial, somewhat romanticized promises about the place distanced themselves from the observed reality. Through observational and participatory cinema, we were able to capture the reality and voices of the affected community, allowing viewers to connect more deeply with the events and challenges presented. Showing that the short film not only exposed the local landscapes and cultural elements, but also brought to light broader questions about urban development, insecurity and neglect in the observed environments, in addition to the perceptions of the actors in the cultural economy of the Historic Site of Olinda. It also serves as an appeal to encourage tourism, and is also a reflection on the challenges faced by artisans and traders.

Therefore, we can understand that postcards reach not only written words to be kept as souvenirs and sent to third parties, but also all the images and speeches captured and transformed into briefs throughout our ethnography. The short seeks to present a look at the cultural aspects that relate Olinda with cultural commerce, containing the objective of exposing the landscape (representative of urban space), culture (the works produced by artisans) and commerce (the strong link between the city and culture based on the comments of some artisans and sellers), thus noting the notions of cultural power in the short, since it brings together and associates commerce and culture, being structured based on local landscapes and the reports of workers in these spaces.

The short film features the voices of: Genésio Reis, artisan and trader at Mercado da Ribeira, Igor Varejão, tourism specialist and employee at Mercado Eufrásio Barbosa, André Santana, trader at the Sé market, Dona Maria artisan and tapioca seller, Edson Ferreira, salesman and José Pessoa artisan and seller at the Sé fair.

Palavras-chave:

Etnografia, Cidade, Cultura, Comércio, Entrevista, Olinda.

KeyWords:

Ethnography, City, Culture, Commerce, Interview, Olinda.

Ficha técnica:

Autores: Graziella Ramos Reis Lôbo, Tayanne Gonçalves Patrícia, Vanessa Da Silva Martins.

Direção, pesquisa e edição: Graziella Ramos Reis Lôbo, Tayanne Gonçalves Patrícia, Vanessa Da Silva Martins.

Ficha técnica:

Author: Graziella Ramos Reis Lôbo, Tayanne Gonçalves Patrícia, Vanessa Da Silva Martins.

direction, investigation and edition: Graziella Ramos Reis Lôbo, Tayanne Gonçalves Patrícia, Vanessa Da Silva Martins..

Referencias

PERIANO, Mariza. Etnografia não é método. Horizontes Antropológicos, 42 | 2014.

VERAS, Lúcia Maria de Siqueira Cavalcanti. Paisagem postal: a imagem e a palavra na compreensão de um Recife urbano. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2017. pp. 17-65.

ZUKIN, Sharon. Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder. In ARANTES, Antônio, org. O Espaço da Diferença. Campinas: Papiros, 2000, pp.80- 103.

Autora: Graziella Ramos Reis Lôbo
Universidade Federal de Pernambuco.
<https://orcid.org/0009-0007-7010-3733>.
graziella.reis@ufpe.br.

Autora: Tayanne Gonçalves Patrícia
Universidade Federal de Pernambuco.
<https://orcid.org/0009-0006-7799-755X>.
tayanne.silva@ufpe.br.

Autora: Vanessa Da Silva Martins
Universidade Federal de Pernambuco.
<https://orcid.org/0009-0007-9729-7312>.
vanessa.martinssilva@ufpe.br.

Recebido: 9 de março de 2024

Aprovado: 20 de julho de 2024

Este artigo está licenciado sob forma de uma licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0), que permite o uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, desde que a publicação original seja corretamente citada. A licença não permite o uso para fins comerciais.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

