

## **Histórias de Mercado<sup>1</sup>**

Dênes de SOUZA<sup>2</sup>

Carolina BARROS<sup>3</sup>

Izabel CABRAL<sup>4</sup>

Natália KEISE<sup>5</sup>

Rachell ARIADNE<sup>6</sup>

Carolina CAVALCANTI<sup>7</sup>

Faculdades Integradas Barros Melo, Olinda, PE

### **RESUMO**

Este documentário é um retrato muito singular – e até mesmo poético – de três dos 17 mercados públicos do Recife-PE, narrado por quem acabou construindo uma história de vida entrelaçada à história desses mercados: os comerciantes. Assim, em “histórias de mercado”, ao mesmo tempo em que falam de si, Paulo Roberto, Antônio Ferreira e Fernando Correia revelam atrativos, pessoas, ambientes, fatos e curiosidades dos mercados São José, Boa Vista e Madalena, respectivamente.

**Palavras-chave:** mercados públicos, comerciantes, histórias

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Documentário em vídeo (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, email: denny\_fragoso@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, email: carollbarros@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, email: izabelccabral@gmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, email: natalia.kas@hotmail.com

<sup>6</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, email: rachellariadne@gmail.com

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: ana\_carolinavc@yahoo.com.br

## INTRODUÇÃO

Os Mercados Públicos são fontes de orgulho para os recifenses não só pelos serviços e atrativos que oferecem, mas pelo valor histórico e cultural que detêm. Nesse sentido, além de relevantes para a construção da história e da cultura local, cada mercado é motivador de reformas urbanísticas, acontecimentos sociais e políticos.

Mais que simples lugares de compras, os mercados fazem parte da rotina da população do Recife. Amigos e boêmios se encontram para a cervejinha do sábado – onde se discute um pouco de tudo (de política a futebol). Durante a semana, são bem procurados no horário de almoço, já que são centrais e, por isso, atraem a atenção da clientela que trabalha por perto e procura uma refeição regional e barata. Pessoas de todas as classes, credos e cores frequentam esses mercados.

São 17 os mercados públicos da cidade. Cada um com seus atrativos e peculiaridades. Pela popularidade, relevância histórica, econômica e social, foram escolhidos três mercados do Recife: o Mercado de São José (inaugurado em setembro de 1875, que preserva uma arquitetura típica do século XIX e se destaca por ser um importante pólo de atração turística), o Mercado da Boa Vista (construído no início do século XX, é Monumento Nacional desde 1973 e já foi um local onde se negociavam a venda/compra de escravos negros trazidos da África para o Brasil) e o Mercado da Madalena (construído em 1925, que abriga a tradicional feira de passarinhos e destaca pela relevância gastronômica, apresentando comidas típicas da culinária pernambucana).

Muitas famílias têm nesses mercados sua principal ou única fonte de renda. O ofício é passado de geração em geração. Nesse cenário, pessoas (comerciantes) que já estão no mercado há anos, ainda se emocionam com as saudosas lembranças de uma vida construída no ceio desses lugares. São histórias que se constroem e reconstroem diariamente, promovendo o surgimento de identidades que se fundem e unificam-se às desses ambientes.

## **OBJETIVO**

Como um gênero cinematográfico, o documentário pode ser definido como uma forma de registro e mediação da realidade, caracterizando-se pelo compromisso com a exploração do meio social. Não se deve deduzir, contudo, que ele represente a realidade, tal como ela é. Pois, assim como no cinema de ficção, a narrativa não-ficcional configura-se como sendo uma representação parcial e subjetiva da realidade, assinalada pela incorporação das diversas formas de linguagem e particularidades intrínsecas.

Antes de qualquer outra coisa, um documentário é definido pela intenção do seu autor em fazê-lo (uma intenção social, manifestada na sua relação pessoal com a obra). Alguns dos elementos inerentes à narrativa documentária são: locução (voz over), entrevistas ou depoimentos e imagens de arquivo.

Embasado nos conceitos e elementos acima descritos, o documentário “histórias de mercado” propõe-se a estabelecer uma representação do mundo; ou melhor, um recorte de mundo. Um retrato singular e ao mesmo tempo plural de um universo comum e cotidiano à população recifense (os Mercados Públicos), apresentado sob o ponto de vista de quem está direta e historicamente inserido nesses lugares (os comerciantes), não só como trabalhadores, mas sobretudo como “filhos”. Pois é, as histórias de vida de Paulo Roberto, Antônio Ferreira e Fernando Correia revelam que eles são, de fato, filhos dos mercados públicos, com quem construíram (e ainda constroem) uma história, juntos.

## **JUSTIFICATIVA**

Sob a orientação da professora Carolina Cavalcanti, o trabalho – produzido, no ano de 2010.2, por alunos do 6º período de jornalismo das Faculdades Integradas Barros Melo – foi a atividade final da cadeira Oficina de Produção em Video-documentário.

O interesse pelo tema se deu não somente pela relevância (histórica e cultural) dos mercados públicos para a população recifense em geral, mas pela curiosidade em extrair desses lugares histórias, fatos e personagens interessantes. Pois a crescente concorrência dos grandes centros comerciais acabou fazendo com que os mercados ficassem esquecidos no imaginário popular. E esse documentário – uma homenagem – é uma forma de promover o resgate de valores, Pernambucanos, arraigados a esses importantes centros públicos.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Ao lado de pesquisas realizadas sobre o assunto (sobre o gênero, documentário, e sobre o tema), procuramos assistir a diferentes documentários para analisar questões referentes ao formato, tipo de abordagem, linguagem e estilo a ser seguido.

Para o contato com os personagens, fizemos pesquisa de campo. Fomos aos locais, observamos, conversamos com freqüentadores e os próprios comerciantes. As entrevistas, realizadas no ambiente de trabalho dos próprios personagens, seguiram um roteiro de perguntas previamente elaborados (conversa dirigida). Quanto à montagem, o documentário foi dividido em três blocos. Cada um deles sobre um mercado específico.

Baseados na classificação dos subgêneros do documentário proposta por Bill Nichols (2005), optamos pelos formatos observativo e expositivo. O primeiro pelo fato de acompanharmos um pouco da rotina dos comerciantes e do próprio mercado (elementos usados como imagens de apoio) e o segundo porque trazemos à tona uma determinada realidade. Exposição que é feita pelos próprios personagens, que atuam como narradores-personagens de um discurso documental construído por eles mesmos. Nesse âmbito, o modelo poético de narrativa não-ficcional também pode ser apontado, uma vez que se “[...] enfatiza mais o ânimo, o tom e o afeto do que as demonstrações de conhecimento ou ações persuasivas” (NICHOLS, 2005. p.138).

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Inicialmente, trabalhamos na elaboração de um “projeto de documentário” que nos ajudasse a visualizar (e esquematizar) aspectos necessários à construção do material: objetivo, abordagem e estrutura. Assim, ainda na fase de pré-produção, após pesquisas relacionadas ao tema (Mercados Públicos), preparamos um roteiro de imagens e entrevistas. Antes de executá-los, contudo, saímos à procura dos personagens que viriam a figurar, protagonizar e humanizar a nossa narrativa documental.

Fomos aos mercados, observamos, perguntamos, conversamos e achamos! Escolhemos aqueles que tinham uma história de vida entrecruzada à história desses mercados; que não só fizeram história, mas tiveram a sua própria história de vida marcada por esses mercados. Daí o nome “histórias de Mercado”.

Já na etapa de produção propriamente dita, fomos aos locais e fizemos a gravação das imagens (imagens que retratassem o ambiente, a rotina, os produtos oferecidos e o público frequentador desses mercados) e a realização das entrevistas. Só então, na parte técnica da etapa de produção, nos dedicamos à decupagem, edição e montagem do material, feitos na ilha de edição da própria faculdade.

Numa fase de pós-produção, fizemos a inserção de boxes complementares, com informações sobre fatos e a própria história desses mercados. Necessidade que só foi percebida após a montagem do material.

Como a idéia era que os próprios comerciantes falassem de si e, falando de si, acabassem falando dos respectivos mercados que representavam, adotamos o estilo “narrador-personagem” como linguagem cinematográfica para a nossa narrativa documental. Assim, dividido em três blocos (cada um referente a um mercado público), o retrato desses centros comerciais (no tocante à história, rotina, atrativos e público) foi feito por meio do depoimento de cada um desses personagens (narradores).

Os depoimentos, que seguem a mesma linha de raciocínio, mas não necessariamente a mesma ordem, foram frutos de uma conversa dirigida com os entrevistados. A proposta foi conferir uma maior naturalidade ao desempenho dos

personagens, permitindo ao documentário funcionar como um diálogo entre os narradores e os próprios telespectadores. E foi essa a linha de construção argumentativa do documentário. Pois ao explorar a naturalidade dos personagens, deixando-os bem à vontade, permitíamos que eles falassem livremente (e sem receios) sobre a sua história e o seu dia-a-dia no mercado. Ao longo do filme também foram usadas imagens de apoio e boxes de texto, com informações (história e curiosidades) sobre os mercados.

Sob a trilha sonora “Baião Destemperado” (música instrumental com uma cara bem regional), usada ao longo de todo o filme, abrimos o documentário com algumas imagens de apoio dos próprios mercados. Ainda na abertura, trouxemos uma montagem que reunia os três mercados e, logo em seguida, os três personagens que – em poucas palavras – falavam da importância dos mercados para as suas vidas. O objetivo foi mostrar como esses lugares representam algo tão profundo e singular para cada um deles. Esse mesmo recurso foi usado no fechamento do documentário.

## **CONSIDERAÇÕES**

Como estudantes de jornalismo, a oportunidade de construir um material audiovisual sobre ambientes tão comuns e cotidianos a nós recifenses, como os mercados públicos, foi (no tocante à parte de produção) uma oportunidade de colocar em prática os conteúdos aprendidos em sala de aula, de exercitar academicamente uma das atividades que cerceiam a nossa profissão e adquirir mais familiaridade e experiência com esse gênero, no que diz respeito às atividades de pesquisa, apuração, entrevistas, gravação, decupagem, edição e montagem. E quanto ao tema, um meio de – como pernambucanos – contribuir para a disseminação e resgate da história e cultura local.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LINS, Marcelo; SANTANA, Damião. **Mercados do Recife**. Recife: Editora Hamilton Marcelo, 2007

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Brasil: Papyrus, 2005.

PUCCINI, Sergio. **Roteiro de documentário**: da pré-produção à pós-produção. Campinas: Papyrus, 2009.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... o que é mesmo documentário?** São Paulo: Senac, 2008.

TEIXEIRA, Francisco Elinaldo. **Documentário no Brasil**: tradição e transformação. São Paulo: Summus, 2004.