



MAPAS DA TRADIÇÃO: UM OLHAR CRIATIVO SOBRE O MERCADO ANTÔNIO FRANCO E SEUS SABERES ARTESANAIS

Trícia Almeida Santiago¹
Clarissa Raquel Motter Dala Senta²
Gilberto Clovis Josemin³

RESUMO

Este estudo tem como objeto o **Mercado Municipal Antônio Franco**, localizado no coração de Aracaju (SE), compreendido não apenas como centro comercial, mas como território simbólico, onde memórias, afetos e práticas culturais se entrelaçam em gestos cotidianos. O objetivo geral consiste em compreender como o mercado opera como espaço de memória e criação estética no contexto urbano. Especificamente, busca-se identificar elementos simbólicos e sensoriais da paisagem cultural; analisar práticas artesanais e relações sociais como formas de reinvenção da tradição; e mapear núcleos de significação a partir de registros visuais coletados. A metodologia baseia-se na cartografia sensível das visualidades, por meio de uma abordagem qualitativa, etnográfica e afetiva. Foram analisadas fotografias capturadas entre 18 e 21 de abril de 2025, considerando os gestos atencionais descritos por Kastrup (2012): rastreio, toque, pouso e reconhecimento atento. Os resultados apontam para a valorização do mercado como lugar de memória e estética do cotidiano, evidenciando três núcleos simbólicos: ancestralidade (ervas, barro, objetos religiosos), identidade regional (bordados, fauna, flora) e reinvenção (biojoias, souvenirs contemporâneos). Esses núcleos não encerram a complexidade do espaço, mas oferecem pistas para novas leituras culturais.

PALAVRAS-CHAVE: Mercado Público. Artesanato Sergipano. Cartografia Afetiva. Cultura Visual. Memória Coletiva.

¹ Graduada em Administração pela Universidade Estadual de Feira de Santana (BA). Atualmente, mestranda no Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu Inovação em Comunicação e Economia Criativa pela Universidade Católica de Brasília (DF). Email: triciasantiago@a.ucb.br / taskinho@yahoo.com.br.

² Doutora em Comunicação pela UnB e Professora do Programa de Pós Graduação Inovação em Comunicação e Economia Criativa pela UCB. Email: clarissa.senta@p.ucb.br.

³ Doutor em Administração pela UFRGS e Professor do Programa de Pós Graduação Inovação em Comunicação e Economia Criativa pela UCB. Email: gilberto@p.ucb.br.



MAPS OF TRADITION: A CREATIVE GAZE AT THE ANTÔNIO FRANCO MARKET AND ITS ARTISANAL KNOWLEDGE

ABSTRACT

This study focuses on the **Antônio Franco Municipal Market**, located in the heart of Aracaju (Sergipe, Brazil), understood not only as a commercial center but as a symbolic territory where memories, affections, and cultural practices intertwine in everyday gestures. The main objective is to understand how the market functions as a space of memory and aesthetic creation within the urban context. Specifically, the study aims to identify symbolic and sensory elements of the cultural landscape; to analyze artisanal practices and social relationships as forms of reinventing tradition; and to map nuclei of meaning based on collected visual records.

The methodology is grounded in the sensitive cartography of visualities, through a qualitative, ethnographic, and affective approach. Photographs taken between April 18 and 21, 2025, were analyzed, considering the attentional gestures described by Kastrup (2012): scanning, touching, landing, and attentive recognition.

The results highlight the market as a space of memory and everyday aesthetics, revealing three symbolic nuclei: ancestry (herbs, clay, religious objects), regional identity (embroidery, fauna, flora), and reinvention (bio-jewelry, contemporary souvenirs). These nuclei do not exhaust the complexity of the space but provide clues for new cultural readings.

Keywords: Public Market. Sergipe Handicrafts. Affective Cartography. Visual Culture. Collective Memory.

MAPAS DE LA TRADICIÓN: UNA MIRADA CREATIVA SOBRE EL MERCADO ANTÔNIO FRANCO Y SUS SABERES ARTESANALES

RESUMEN

Este estudio tiene como objeto el **Mercado Municipal Antônio Franco**, ubicado en el corazón de Aracaju (SE), entendido no solo como un centro comercial, sino como un territorio simbólico donde memorias, afectos y prácticas culturales se entrelazan en gestos cotidianos. El objetivo general es comprender cómo el mercado opera como espacio de memoria y creación estética en el contexto urbano. Específicamente, se busca identificar elementos simbólicos y sensoriales del paisaje cultural; analizar prácticas artesanales y relaciones sociales como formas de reinención de la tradición; y mapear núcleos de significación a partir de registros visuales recopilados.



La metodología se basa en la cartografía sensible de las visualidades, mediante un enfoque cualitativo, etnográfico y afectivo. Se analizaron fotografías capturadas entre el 18 y el 21 de abril de 2025, considerando los gestos atencionales descritos por Kastrup (2012): rastreo, toque, aterrizaje y reconocimiento atento.

Los resultados señalan la valorización del mercado como lugar de memoria y estética de lo cotidiano, evidenciando tres núcleos simbólicos: ancestralidad (hierbas, barro, objetos religiosos), identidad regional (bordados, fauna, flora) y reinención (biojoyas, souvenirs contemporáneos). Estos núcleos no agotan la complejidad del espacio, pero ofrecen pistas para nuevas lecturas culturales.

Palabras clave: Mercado Público. Artesanía Sergipana. Cartografía Afectiva. Cultura Visual. Memoria Colectiva.



INTRODUÇÃO

O Mercado Antônio Franco, localizado no centro de Aracaju, mais precisamente no bairro Santo Antônio, é um complexo comercial considerado um dos pontos turísticos mais importantes da capital sergipana, reunindo cultura, gastronomia e artesanato. É um espaço rico em cultura, tradição e diversidade.

Sua riqueza em cores, variedades artesanais, musicalidade e pessoas circulando por todos os lados caracterizam a simbologia característica dos espaços, organizados em corredores e praças, uma arquitetura que mistura elementos históricos e modernos. No terraço do Mercado Antônio Franco, há restaurantes com vista para o Rio Sergipe, proporcionando uma experiência gastronômica única, a exemplo do Restaurante Caçarola.

O mercado constitui-se como um espaço representativo de sociabilidade, cultura e tradição popular. Fundado em 1926, o mercado é parte fundamental de um complexo arquitetônico e simbólico que compreende também os mercados Thales Ferraz e Albano Franco, compondo um dos principais polos turísticos e identitários da capital sergipana. Mais do que ponto de encontro para o comércio de produtos típicos e artesanais, o Mercado Antônio Franco configura-se como território simbólico, onde se entrelaçam práticas cotidianas, saberes ancestrais, experiências sensoriais e dinâmicas criativas que, juntas, constituem um memorial cultural vivo. Este espaço será estudado como um campo fértil de narrativas identitárias e estéticas visuais, a partir de uma abordagem cartográfica sensível.

Este artigo justifica-se pela importância criativa e simbólica que o Mercado Antônio Franco representa para a capital sergipana, enquanto espaço de criação e de resistência cultural. A necessidade em analisar e refletir sobre territórios culturais que resistem e se reinventam, o mercado Antônio Franco é um território onde o passado e o presente dialogam de forma contínua, mediado por elementos visuais, gestuais e afetivos que perpassam as bancas, os objetos e os sujeitos que ali passam. Esta investigação parte do pressuposto de que a cultura não está apenas



no que é visto nas paredes e corredores locais, mas também nos modos de fazer, nas relações interpessoais, na oralidade e nas expressões sensíveis e visuais do cotidiano, aspectos presentes nos espaços cheios de expressividade e memória afetiva.

Em tempos marcados por transformações aceleradas nas dinâmicas urbanas e nas formas de sociabilidade, é importante reconhecer e valorizar os espaços que guardam, recriam e compartilham identidades locais. A relevância deste trabalho reside na valorização dos mercados públicos enquanto lugares de memória, criação e transformação, sobretudo em um contexto de crescente homogeneização dos espaços urbanos e apagamento de práticas culturais locais.

Ao lançar um olhar atento e sensível sobre o Mercado Antônio Franco, a pesquisa contribui para a compreensão do patrimônio imaterial como potência viva e dinâmica, cuja preservação se dá não apenas pela conservação formal, mas sobretudo pela atualização constante dos saberes e experiências partilhadas. O estudo insere-se, assim, no campo das investigações interdisciplinares que articulam cultura visual, memória coletiva, cartografia afetiva e práticas de criação no espaço urbano.

O objetivo geral deste estudo consiste em compreender de que modo o Mercado Municipal Antônio Franco opera como um território simbólico de memória cultural e criação estética no contexto urbano de Aracaju. Como objetivos específicos, busca-se: identificar os elementos simbólicos e sensoriais que configuram a paisagem cultural do mercado; analisar as práticas artesanais e relações sociais como formas de preservação e reinvenção da tradição; e mapear os núcleos de significação presentes no espaço a partir das imagens registradas durante visita de campo.

Para alcançar seus objetivos, será realizada uma análise cartográfica das visualidades capturadas por meio de registros fotográficos coletados entre os dias 18 e 21 de abril de 2025. A análise será permeada por uma perspectiva afetiva e sensorial, considerando não apenas os elementos visuais contidos nas imagens,



mas também os afetos, os gestos e as narrativas que elas evocam. A cartografia aqui proposta não se restringe à delimitação geográfica do espaço, mas busca acessar suas camadas subjetivas, culturais e simbólicas, compondo um mapa vivo e em constante transformação da identidade sergipana.

Além disso, este trabalho visa contribuir com o debate acadêmico em torno das metodologias visuais e sensíveis na pesquisa em comunicação e cultura, ao adotar a cartografia como ferramenta investigativa e narrativa. Espera-se que novas perspectivas possam ser despertadas, a partir deste artigo, e novas produções sejam exploradas trazendo novos olhares e percepções sobre o tema.

MERCADO MUNICIPAL ANTÔNIO FRANCO: HISTÓRIA, CARACTERÍSTICAS E TRADIÇÕES

O Mercado Antônio Franco funciona como um “arquivo vivo” (Lopes, 2014) da cultura sergipana, onde a memória é acionada por meio das práticas sensoriais e relacionais. Trata-se de um espaço de criação constante, em que as tradições não são apenas preservadas, mas continuamente recriadas no gesto de cada artesão, na curadoria intuitiva dos feirantes, na circulação afetiva entre quem vende e quem compra.

Os territórios que integram o mercado são uma das mais emblemáticas construções do centro histórico de Aracaju, capital do estado de Sergipe. Inaugurado em 1926, o mercado leva o nome do então governador Antônio do Prado Franco, e integra, junto aos mercados Thales Ferraz e Albano Franco, um complexo arquitetônico e cultural que se consolidou como um dos principais pontos turísticos e identitários da cidade.

Localizado na Avenida João Ribeiro, nº 350, no tradicional bairro Santo Antônio, o mercado é banhado pelo Rio Sergipe e está estrategicamente situado próximo à ponte do Imperador e ao centro comercial. Essa localização geográfica reflete não apenas uma centralidade urbana, mas também simbólica: o Mercado



Antônio Franco representa um verdadeiro coração pulsante da cultura popular sergipana, onde o passado e o presente se entrelaçam de forma vívida.

Sua estrutura em estilo neoclássico com elementos do ecletismo arquitetônico foi restaurada ao longo dos anos, preservando elementos originais como os portões de ferro, o relógio central e os corredores em arcadas. Mais do que um espaço de compra e venda, o mercado funciona como uma área de convivência e transmissão de saberes tradicionais.

Os corredores do mercado são marcados pela diversidade sensorial: o cheiro de ervas medicinais e temperos regionais, os sons das conversas entre feirantes e turistas, os objetos coloridos pendurados nas bancas — tudo forma uma paisagem estética diversa. Ali se comercializam produtos típicos, como rendas, bordados, cerâmicas, peças em palha, couro e madeira, além de especiarias, frutas tropicais e alimentos da culinária regional (como a castanha de caju, a rapadura, o beiju, a mangaba e o licor artesanal).

TRADIÇÃO E MEMÓRIA POPULAR: O MERCADO COMO ESPAÇO DE CRIAÇÃO

Mais do que um centro de comércio tradicional, o Mercado Municipal Antônio Franco revela-se como um território de memória viva, onde práticas culturais são recriadas diariamente em gestos, vozes e saberes compartilhados. Muitas das bancas que hoje dão forma e movimento ao mercado foram herdadas por filhos e netos de antigos comerciantes, mantendo vivas não apenas as técnicas de produção, mas uma profunda conexão afetiva com o espaço. Essa relação de pertencimento vai além da venda: ela se manifesta em modos singulares de narrar histórias, dispor os objetos, receber os visitantes e conviver entre pares. Há uma oralidade rica e uma simbologia profunda presente nos modos de expor, atender, narrar e conviver — formas de sociabilidade ancestral que resistem ao tempo.



Além do artesanato, o mercado abriga manifestações culturais, como apresentações musicais, oficinas, feiras gastronômicas e festividades populares, funcionando como palco para a cultura tradicional sergipana, incluindo o forró pé de serra, o samba de pareia e os festejos juninos. Esses elementos tornam o espaço uma verdadeira cartografia da identidade local, desenhada não apenas pelas mercadorias, mas pelos corpos, pelos gestos e pelos afetos que habitam o mercado.

Hoje, o mercado também atrai designers, artistas e empreendedores criativos, que se apropriam das matérias-primas e saberes locais para desenvolver produtos contemporâneos com base na tradição. Essa fusão entre o antigo e o novo evidencia a potência criativa do lugar, fazendo dele um campo fértil para pensar a cultura como prática viva e dinâmica.

Knauss aborda a importância das imagens na construção da memória e da cultura visual:

“As imagens pertencem ao universo dos vestígios mais antigos da vida humana que chegaram até nossos dias. [...] A cultura visual pode ser entendida como o estudo das construções culturais e da experiência visual na vida cotidiana, assim como nas mídias, representações e artes visuais.” (KNAUSS, 2006, p. 97)

Essa perspectiva é especialmente relevante ao considerar o Mercado Antônio Franco não apenas como um espaço físico de comércio, mas como um território simbólico onde objetos, cores, formas e disposições visuais comunicam saberes, tradições e identidades. A análise das imagens e dos elementos visuais presentes no mercado permite compreender como a memória coletiva é preservada e transmitida por meio da cultura material e das práticas cotidianas.

O IMAGINÁRIO COMO TERRITÓRIO DE MEMÓRIA CULTURAL

No cerne da cultura popular sergipana, o Mercado Municipal Antônio Franco se revela como um espaço onde o imaginário social encontra materialidade nas formas, objetos e práticas cotidianas. Esse imaginário, segundo Gilbert Durand (2004), é constituído a partir da articulação entre estruturas simbólicas herdadas,



capacidades inatas e experiências de aprendizagem, moldando a maneira como os sujeitos percebem e representam o mundo. O mercado, nesse sentido, funciona como uma “cartografia simbólica” onde se projetam identidades, memórias e valores compartilhados. Os produtos artesanais, os cheiros, os sons e os gestos dos feirantes expressam um saber que é tanto ancestral quanto presente, vivo e contínuo.

O imaginário é uma instância concreta na vida social, moldando práticas, afetos e simbolizações cotidianas. Conforme Maffesoli (2001), o imaginário não é uma abstração, mas uma realidade atuante que estrutura a experiência coletiva, sobretudo em espaços de sociabilidade marcados pela tradição, como os mercados públicos. No contexto dos mercados públicos, essa força se manifesta nos rituais informais de convivência, nas práticas de troca, no apelo sensorial dos espaços. O Mercado Antônio Franco, em Aracaju (Sergipe), é um desses lugares em que a memória social encontra forma material nos produtos, nas práticas e nas relações humanas que ali se desenvolvem.

Gilbert Durand (2004) complementa essa visão ao considerar que o imaginário resulta de uma articulação entre capacidades inatas, estruturas simbólicas e processos educativos. Assim, a cultura local — manifestada nos saberes artesanais e nos objetos simbólicos — funciona como uma cartografia afetiva e simbólica onde se projetam valores, identidades e modos de ver o mundo.

Denilson Lopes (2014), por sua vez, propõe uma abordagem estética e sensível dos espaços e experiências, ressaltando a importância das sensações, afetos e gestos na constituição das narrativas contemporâneas. O autor sugere que a experiência estética — tal como a de circular por um mercado tradicional — deve ser pensada a partir de uma percepção expandida, que valoriza o corpo, o olhar e o gesto como mediadores da memória e da criação.

A ESTÉTICA DO COTIDIANO: SENSIBILIDADE, GESTO E CRIAÇÃO COMO RESISTÊNCIA



A experiência no mercado ultrapassa a esfera do consumo e se inscreve no campo da estética sensível, como propõe Denilson Lopes (2014), ao sugerir uma percepção ampliada da cultura a partir dos afetos, sensações e gestos. O ato de circular pelos corredores, observar as bancas, ouvir histórias e interagir com os artesãos revela um processo estético de recepção e criação simultânea. O mercado é, portanto, um espaço de elaboração simbólica, onde a criação cultural emerge como prática de resistência e reinvenção da memória coletiva.

Byung-Chul Han (2019, p. 10) ressalta que "um juízo estético pressupõe, contudo, uma distância contemplativa", o que desafia o observador a perceber os detalhes com delicadeza e profundidade. Ao aplicar essa lente ao mercado, entendemos que a sua estética não está apenas nos objetos expostos, mas na coreografia dos gestos, na fala entrecortada dos feirantes, nas texturas e cores que povoam o ambiente. É nesse plano que a tradição se mantém viva: não como repetição, mas como expressão contínua e dinâmica do presente, renovada diariamente na experiência sensível dos sujeitos.

O conceito de cultura visual, desenvolvido por Knauss (2006, p. 97), aprofunda essa ideia ao afirmar que "as imagens pertencem ao universo dos vestígios mais antigos da vida humana que chegaram até nossos dias", e que a cultura visual é o campo onde se estudam as experiências culturais e as construções de sentido visuais no cotidiano. A cultura visual, portanto, não é apenas aquilo que se vê, mas tudo aquilo que se comunica visualmente e constrói sentidos no cotidiano, nas mídias, nas artes e, especialmente, nos espaços populares.

No Mercado Antônio Franco, os artefatos, as disposições estéticas e os símbolos presentes nas imagens registradas formam um campo semiótico denso, cuja leitura é imprescindível para compreender a relação entre identidade e criação.

CARTOGRAFIAR COM OS SENTIDOS: METODOLOGIA VISUAL E NÚCLEOS SIMBÓLICOS



A cartografia aqui proposta nos permite compreender o mercado não como um espaço estático, mas como uma superfície dinâmica de inscrições culturais. Como afirma Maffesoli (2001), há uma força estética na vida cotidiana que dá sentido às experiências coletivas e estrutura o imaginário social. Assim, o mercado é ao mesmo tempo, lugar e símbolo: território concreto e imaginário onde a cultura se faz, se mostra e se transforma.

A pesquisa adotou a metodologia cartográfica das visualidades, com base nos aportes de Kastrup (2012), que entende o trabalho do cartógrafo como um processo subjetivo, aberto à emergência de afetos, intensidades e experiências que se revelam durante o percurso investigativo. A cartografia aqui não se limita a descrever um espaço físico: ela é prática estética e política de percepção, que busca captar os fluxos sensoriais e simbólicos que atravessam o território. Inspirada também na abordagem afetiva e sensível, a análise priorizou o olhar atento sobre imagens fotográficas capturadas entre os dias 18 e 21 de abril de 2025, considerando a escuta dos espaços como linguagem silenciosa da cultura.

Segundo KASTRUP (2015), existem quatro gestos que compõem o funcionamento atencional do cartógrafo: rastreio, toque, pouso e reconhecimento atento. Vamos conhecer o que significa cada uma destas etapas interconectadas:

1. **Rastreio:** o pesquisador se coloca em estado de abertura, sem buscar algo específico, por enquanto. Corresponde à chegada ao Mercado Antônio Franco, mergulhada no desconhecido porém com olhos atentos.
2. **Toque:** acontece quando algo no campo (um detalhe, cena, gesto, ruído) chama a atenção do pesquisador. É o instante em observar a riqueza de cores, variedades de produtos artesanais e a facilidade de acesso entre os espaços. Provoca atenção sensível, como o fascínio imediato pelas texturas, aromas e diversidade cromática das bancas artesanais, organizadas com expressividade.
3. **Pouso:** é o momento em que a atenção se fixa temporariamente sobre algo que se destacou (percepção de um zoom): instante de observar, nos



microterritórios dentro do Mercado, características culturais e simbólicas do território visual e afetivo do Mercado Albano Franco, com riqueza de detalhes sensoriais e afetivos.

4. **Reconhecimento atento:** é o instante em que o pesquisadora se coloca diante da cena (pausado, temporariamente). Foram os momentos em que a pesquisadora parou para analisar a singularidade das situações e registrar os cliques fotográficos, um por um, congelando em imagens as camadas de significado ali presentes.

A abordagem qualitativa de base cartográfica e sensorial é compreendida como método e como linguagem: trata-se de mapear não só os espaços físicos do mercado, mas também os fluxos simbólicos, os afetos e os gestos que atravessam esse território. A metodologia se inspira na cartografia afetiva e etnográfica, priorizando a imersão no campo, a escuta sensível e a observação participante.

Segundo Kastrup (2012), o trabalho do cartógrafo não se restringe à representação objetiva de um território, mas implica um envolvimento atento e aberto aos processos subjetivos que emergem no percurso da pesquisa. Esses gestos revelam que a cartografia é, antes de tudo, um fazer em movimento, moldado pelas intensidades do campo. Nesse sentido, o mapa não é um produto pronto, mas uma construção em ato, moldada pelas intensidades, afetos e transformações que ocorrem durante a experiência do campo.

Essa visão se alinha profundamente à proposta deste artigo, que vê o Mercado Antônio Franco como um território simbólico vivo, onde a criação e a memória se entrelaçam na materialidade dos gestos, objetos e relações. A cartografia, nesse caso, atua como uma metodologia potente para captar não apenas os contornos físicos do espaço, mas suas camadas subjetivas e afetivas.

Foram realizadas análises sucessivas dos registros cartográficos (fotografias) realizados em visita ao Mercado Antônio Franco. Em função da distância, não foi possível coletar depoimentos espontâneos de artesãos, feirantes e frequentadores,



além de observar práticas de comercialização, exposição de produtos artesanais e trocas simbólicas entre transeuntes. Por este motivo, a análise baseou-se apenas na triangulação entre a análise cartográfica das visualidades a partir das imagens fotográficas e os referenciais teóricos estudados.

De acordo com HAN (2019, pg. 10), “um juízo estético pressupõe, contudo, uma distância contemplativa”. Neste intuito, devido à impossibilidade de nova visitação, para a realização deste estudo visual e comunicacional foi realizado uma análise cartográfica mais aprofundada que reúne uma série de imagens capturadas em visita presencial ao mercado, realizada no mês de abril (entre os dias 18 a 21).

A análise das imagens a seguir será apresentada sob o contexto analítico e similaridade das visualidades capturadas. Ela não se limita a descrever, mas busca sentir e traduzir os ritmos do mercado, seus códigos visuais, suas intensidades, suas pausas e repetições:

Figuras 1, 2 e 3 - Imagens dos ambientes interno e externo do Restaurante Caçarola, ícone da culinária local, repleto de temperos, decoração colorida regional, rico em variedade de pratos e sabores, especialmente frutos do mar. Pela vista da sacada do restaurante, um espaço mais alto com ambiente super aconchegante, avista-se o braço de mar do Rio Sergipe, um misto de beleza natural, apreciação gastronômica e movimento vibrante de ventos (brisa do mar). Fonte: Elaborado pelo autor.



Figura 1



Figura 2



Figura 3

Figuras 4, 5, 6 e 7 - Vista sob vários ângulos da parte externa do Mercado Antônio Franco, com movimentação intensa de pessoas pelos corredores e espaços, em meio aos arranjos visuais (bandeiras e enfeites multicores) que simbolizam a tradição cultural local. A arquitetura do mercado, que mescla traços do neoclassicismo com o ecletismo ornamental típico da primeira metade do século XX, passou por diversas restaurações, mas manteve preservados elementos originais como os portões de ferro, o relógio central e os corredores em arcadas. Fonte: Elaborado pelo autor.



Un

IX, vol. 01, ju

11 e Inovação em Comunicação e Economia Criativa



Figura 4

Figura 5

Figura 6



Figura 7

Figuras 8, 9, 10, 11 – Imagens do comércio local, incluindo artesanatos culturais diversos, peças produzidas em couro e tecidos e iguarias comestíveis (cordas de caranguejos vivos). Fonte: Elaborado pelo autor.



Figura 8



Figura 9



Figura 10



Figura 11



Transitando pelo comércio, os olhos são atraídos por uma explosão cromática de objetos artesanais, que vão desde artigos em couro e barros coloridos, tecidos e redes de infinitas variedades de tamanhos e estilos, iguarias como caranguejo, camarão, tapioca e castanha de caju. Muitos destes artigos ficam espalhados pelo chão ou pendurados em paredes e tetos, de fácil alcance e toque para quem estiver transitando pelos espaços. Degustações também são oferecidas a quem passar, para despertar paladares e sabores, no intuito de se fecharem vendas.

Os produtos variam consideravelmente de preço e os vendedores trabalham muito com estratégias irreverentes de descontos, do tipo “Leve 3, pague 2” ou “Tá baratinho, tá no precinho, você pode não pagar, mas também não leva”. Percebe-se muito barulho nestas negociações, como uma espécie de poder de barganha. É com esse olhar ampliado que se caminhou pelos corredores do mercado: acolhendo o instante, observando a coreografia espontânea dos corpos, as palavras trocadas entre feirantes e visitantes, os arranjos simbólicos que narram silêncios e memórias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo propõe uma reflexão sobre a relação entre cultura, memória e criação por meio da cartografia afetiva e simbólica do Mercado Municipal Antônio Franco. Nesse contexto, o mercado é compreendido como um território sensível e vivo, onde o imaginário e o processo criativo atuam na preservação e reinvenção da identidade local, revelando-se como espaço de resistência cultural, afetos e expressões estéticas do cotidiano.

A análise cartográfica mostrou o Mercado Municipal Antônio Franco como um espaço de resistência simbólica, onde a memória coletiva é ativada por gestos cotidianos, tanto na venda de produtos artesanais quanto nas relações sociais. Nesse contexto, feirantes, artesãos e frequentadores constroem, dia após dia, um mapa vivo da cultura sergipana, marcado pela convivência entre tradição e inovação.



Terraza (2015) enfatiza que a memória coletiva se constrói na interação sensorial entre sujeitos e o espaço urbano, sendo a estética urbana um sistema de significações afetivas e simbólicas. Nessa perspectiva, as imagens do mercado são compreendidas como narrativas visuais que evidenciam como corpos, objetos e gestos constroem sentidos culturais. O mercado, assim, é mais do que um local físico: é um corpo simbólico em constante processo de criação, transformação e vivência da cultura.

As inferências revelam o mercado como um território simbólico onde tradição, identidade e criatividade se entrelaçam. Os produtos artesanais vão além do valor comercial, carregando narrativas de pertencimento, memórias familiares e referências culturais. As bancas, organizadas de forma quase ritual, expressam uma estética cotidiana marcada por cores, sons, aromas e texturas que refletem a vivência do povo sergipano.

A cartografia sensível revelou três núcleos simbólicos principais:

1. **O núcleo da ancestralidade** — onde se destacam objetos religiosos, ervas medicinais e produtos de barro, ligados a práticas de cura e devoção.
2. **O núcleo da identidade regional** — evidenciado na produção de bordados, renda filé, objetos com elementos da fauna e flora local.
3. **O núcleo da reinvenção** — presente nas adaptações contemporâneas dos produtos tradicionais, como biojoias e souvenirs estilizados.

A investigação cartográfica evidenciou que o mercado vai além da função comercial, configurando-se como um espaço onde cultura visual e experiências sensoriais se entrelaçam, reforçando o pertencimento e a identidade dos frequentadores. Trata-se de um território simbólico de memória, criação e resistência cultural, cuja valorização é essencial para preservar a diversidade e reafirmar a importância de reconhecer e valorizar os mercados públicos como lugares de memória, criação e transformação, mapas vivos da tradição que desafiam a homogeneização urbana e alimentam a diversidade cultural brasileira.



A contribuição deste estudo não se encerra na descrição de um caso específico, mas propõe novos modos de ver e sentir os territórios culturais, valorizando a estética do cotidiano, os rituais de pertencimento e as formas alternativas de produção de conhecimento. No entanto, como toda cartografia, este mapa é provisório e aberto e os núcleos simbólicos identificados - ancestralidade, identidade regional e reinvenção - não representam totalidades fechadas, mas pistas para novas leituras e interpretações.

Para desdobramentos futuros, sugere-se aprofundar a análise das práticas discursivas e visuais presentes no mercado, incluindo narrativas orais, gestos comunicacionais e releituras de elementos tradicionais por artistas e designers locais. Recomenda-se também explorar diferentes linguagens de representação, como audiovisual, ilustrações, cartazes e grafismos urbanos, expandindo o entendimento da cultura visual além da fotografia.

Como sugere Denilson Lopes (2014), é preciso considerar o corpo, o olhar e o gesto como mediadores da sensibilidade, capazes de produzir sentidos que escapam às lógicas acadêmicas tradicionais. Por fim, esta pesquisa pretende inspirar novas formas de aproximação aos territórios culturais vivos, incentivando pesquisadores, artistas e curiosos a explorarem a dimensão criativa das visualidades para além do que os olhos possam ver e sentir, revelando aquilo que pulsa por trás das superfícies: a vida que resiste, a cultura que se reinventa e a memória que insiste em permanecer.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DURAND, Gilbert. **O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. Tradução de José Carlos de Paula Carvalho. Rio de Janeiro: DIFE, 2004.

HAN, Byung-Chul. **A salvação do belo**. Editora Vozes; 1ª edição. 2019.

KASTRUP, Virgínia. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. In: PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia; ESCÓSSIA, Liliana da. (Orgs.). **Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

KNAUSS, Paulo. O desafio de fazer História com imagens: arte e cultura visual. **ArtCultura**, Uberlândia, v. 8, n. 12, p. 97-115, jan.-jun. 2006.

LOPES, Denilson: Sensações, afetos e gestos. In: **Narrativas sensoriais: ensaios sobre cinema e arte contemporânea**. Rio de Janeiro: Editora Circuito, 2014.

MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre, v. 1, n. 15, p.74-82, 2001.

TERRAZA, Cristiane Herres. Cultura visual: memória coletiva e a estética do espaço urbano. **Revista Ciclos**, Florianópolis, V. 2, N. 4, Ano 2, Fevereiro de 2015.