

A PAISAGEM ENTRE O PRÓXIMO E O DISTANTE: IMAGENS E AROMAS NO SETOR DOS VENDEDORES DE CHEIRO DO VER-O-PESO

EL PAISAJE ENTRE LO CERCANO Y LO LEJANO: IMÁGENES Y AROMAS EN EL SECTOR HERBOLARIO DE VER-O-PESO

 Gabriela Leal Rios ^A

^A Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), Vitória, ES, Brasil

Recebido em: 08/06/2022 | 07/06/2023 DOI: 10.12957/tamoios.2024.68051

Correspondência para: Gabriela Leal Rios(gabrielalealriosc@gmail.com)

Resumo

Em face ao entendimento da paisagem enquanto experiência que se associa a um arranjo de elementos e a suas dimensões culturais, sociais e sensoriais, e visando ressaltar o papel dos sujeitos como atores na organização desse arranjo, o presente trabalho se propõe a analisar a relação entre as dimensões olfativa e imagética da paisagem do Setor de Ervas do mercado do Ver-o-Peso, em Belém do Pará. Partindo principalmente da interlocução com os erveiros, busca-se estabelecer um diálogo entre práticas, rituais, suas simbologias e a sensorialidade singular que participa da unidade da paisagem. Os aromas, associados às imagens e aos rituais adquirem uma importância situada e sugerem uma forma de ocupar o espaço que parte do contato do espectador com este arranjo da paisagem. Busca-se, então, trazer uma discussão de escala e de sensorialidade ao conceito de paisagem dentro da geografia a partir do enquadramento do Setor de Ervas do Ver-o-Peso enquanto tal.

Palavras-chave: Paisagem; Sensorialidade; Erveiros; Ver-o-Peso.

Resumen

Entendiendo el paisaje como una experiencia que está asociada a un arreglo de elementos y sus dimensiones culturales, sociales y sensoriales, y con el objetivo de enfatizar el papel de los sujetos como actores en la organización de este arreglo, el presente trabajo se propone a analizar la relación entre las dimensiones olfativa e imaginaria del paisaje del Sector de Hierbas del mercado de Ver-o-Peso, en Belém/PA. Partiendo principalmente del diálogo con los herbolarios, buscamos establecer una conversación entre las prácticas, los rituales, sus simbologías y la sensorialidad singular que participa de la unidad del paisaje. Los aromas, asociados a las imágenes y rituales, adquieren una importancia situada y sugieren una forma de ocupar el espacio que surge del contacto del espectador con esta disposición paisajística. Por lo tanto, buscamos traer una discusión de escala y sensorialidad al concepto de paisaje dentro de la geografía desde el marco del Sector de Hierbas del Ver-o-Peso como tal.

Palabras Claves: Paisaje; Sensorialidad; Herbolarios; Ver-o-Peso.





INTRODUÇÃO

Este trabalho propõe um olhar ao Setor de Ervas do Mercado do Ver-o-Peso, em Belém do Pará, a partir da perspectiva da paisagem enquanto categoria analítica, entendendo a mesma como uma possível forma de leitura sobre o espaço que foi sendo modelada historicamente pelo pensamento geográfico. Atentamos para a paisagem como uma composição dinâmica, buscando destacar a ação dos sujeitos na composição e na organização dos esquemas de exposição. O enquadramento do setor sob esta categoria busca tensionar a tradição da própria forma da mesma na geografia, explorando possivelmente um outro jogo de escalas e de composição e percepção sensorial da mesma.

Posicionamos a banca de cheiro, em conjunto aos erveiros, como elemento primário a partir do qual serão produzidas cotidianamente as cartografias da percepção desta paisagem – que possui nos odores um de seus principais elementos sensoriais de composição. Para tal, nos apoiaremos na importância de uma perspectiva teórica da paisagem que considere uma percepção multissensorial, e buscaremos compreender de que forma os odores são dispostos no espaço e atuam sobre a injeção de sentido ao seu conjunto sensorial (PORTEOUS, 1985; FRAIGNEAU, 2019; SUÑÉN, 2007)

LEITURAS SOBRE PAISAGEM

Ao iniciar um caminho teórico que parte da paisagem, se faz necessário, inicialmente, estabelecer os devidos pontos de partida. Dentro do campo da geografia, as questões postas acerca do conceito não seguiram um desenvolvimento linear, mas se alteraram carregando as variáveis históricas, culturais e sociais que permearam o desenvolvimento do pensamento científico. O interesse dos geógrafos sobre a paisagem acompanha a importância do par observação-descrição como tradição neste campo, além de ser alvo das críticas envolvendo o papel de centralidade dos dados empíricos e particulares em uma ciência que buscava cada vez mais se ater à elaboração de abstrações. O conceito, que encontra referência nos processos artísticos de representação da natureza através da pintura que, durante o Renascimento, passa a agregar as noções de perspectiva, se reconhece na habitual metáfora da janela que se abre à um horizonte amplo. A paisagem, tradicionalmente, promoveria uma experiência de visualização de um cenário externo que dialoga com o interior através de um olhar distanciado, e representava, de forma enquadrada, um fragmento da natureza que era retirado de sua totalidade e transformado em uma unidade visual (SIMMEL, 1996).

Nesta perspectiva, integram a experiência da paisagem um olhar distante, de um ponto elevado, com foco sobre o espetáculo composto por um conjunto de formas que trariam prazer estético, reflexão, deleite, além de um chamado à uma contemplação moralmente edificante (BESSE, 2014). Imaginar a paisagem seria compreender uma forma de posicionar a superfície da Terra enquanto cena, contemplar o produto contido no dualismo homem-natureza que se dispunha ao alcance do olhar.



Partindo deste contexto, a figura do observador e a noção de que o mesmo se torna o espectador desta cena molda, de certa maneira, a forma da paisagem e suas formas de percepção no ocidente. A vista distanciada ali se instala como a principal forma de apreensão da paisagem e acaba por compor os regimes de visibilidade e as culturas visuais (GOMES, 2013; BESSE, 2006; CORBIN e LEBRUN, 2001) que associam o olhar à distância.

A distância enquanto método se torna essencial para uma postura contemplativa e analítica frente à paisagem e a mesma passa a assumir a forma simbólica de construção cultural, de uma porção da cultura em sua dimensão espacial, impregnada de práticas e inscrições que se colocam à nossa percepção (BESSE, 2014). A paisagem é ressignificada para ultrapassar sua restrição ao domínio natural e às formas, reposicionando o homem, a cultura e a sociedade enquanto agentes que participam da sua composição, lhe injetando sentido e significados (DE OLIVEIRA, 2017). Esta extrapolação do seu sentido morfológico se dá também por vias da inserção de outros panoramas no movimento de compreensão das relações contidas no espaço, tais como psicológicos, sociológicos, filosóficos e antropológicos (CORBIN e LEBRUN, 2001). A paisagem se ergue, então, a partir de dois focos que se encontram e se complementam: o da construção material e o da percepção. É uma marca no sentido de que é algo construído para se ver, se perceber, se por sobre um olhar e sobre uma experiência, mas é, simultaneamente, matriz: um guia que age sobre esse olhar, que produz uma cartografia da percepção e da experiência, que de algum modo, se submetem ao arranjo que a paisagem contém (BERQUE, 2012).

É preciso compreender a paisagem de dois modos: por um lado ela é vista por um olhar, apreendida por uma consciência, valorizada por uma experiência, julgada (e eventualmente reproduzida) por uma estética e uma moral, gerada por uma política etc. E, por outro lado, ela é matriz, ou seja, determina em contrapartida, esse olhar, essa consciência, essa experiência, essa estética e essa moral, essa política etc. (BERQUE, 2012, p. 86)

O apelo à paisagem convoca nosso potencial perceptivo, nos situa de forma imaginária na posição de um espectador externo. Mesmo participando ativamente na construção rotineira da paisagem, ao sermos questionados sobre ela, chamados por ela, ao construir uma imagem mental ou uma representação da mesma, nos colocamos no lugar do espectador, observando algo que é de alguma forma distante e externo a nós (CORBIN e LEBRUN, 2001).

Como se fosse necessário colocar o mundo à distância ou, mais exatamente, colocar-se à distância do espaço terrestre para percebê-lo em sua dimensão de paisagem. Como se não houvesse paisagem a não ser na distância de um olhar por assim dizer exterior, se não estrangeiro, um olhar que passa e julga. 'Olha, olha, te digo, escuta, julga' (BESSE, 2006, p. 35)

Esta consciência espectral da paisagem traduz a histórica autoridade visual do seu processo perceptivo e atribui, também, importância ativa ao observador nesse processo. Em conjunto, o que é visto e quem vê jogam um jogo de passividade e atividade no qual o observador oferece à paisagem sua dimensão simbólica simultaneamente à atuação do guia que se forma a partir dos estímulos e do arranjo espacial colocado em exposição. O olhar possui o caráter da intencionalidade, do poder de ser direcionado, mais do que os outros sentidos, aos quais o corpo é mais vulnerável pela incapacidade em silenciá-los tão tranquilamente. A visão permite um fechar de olhos, um direcionamento, uma escolha, a adoção de uma perspectiva (CORBIN e LEBRUN, 2001; TUAN, 1980).



Uma pessoa que simplesmente “vê” é um espectador, um observador, alguém que não está envolvido com a cena. O mundo percebido através dos olhos é mais abstrato do que o conhecido por nós através dos outros sentidos. Os olhos exploram o campo visual e dele abstraem alguns objetos, pontos de interesse, perspectivas. Mas o gosto do limão, a textura de uma pele quente, e o som do farfalhar das folhas nos atingem como sensações. (TUAN, 1980, p. 12)

É a partir da distância que é possível, idealmente, ocupar um lugar reflexivo e objetivo¹ em relação à paisagem, “a força das imagens está na distância que conseguimos obter por meio delas, no potencial de reflexividade que elas nos oferecem” (GOMES E BERDOULAY, 2018, p. 367). Ela não resume, no entanto, a paisagem como experiência.

A dimensão do campo visual se associa à distância e o ato de ver parece quase externo ao corpo enquanto outros estímulos sensoriais são aproximadores, estabelecendo uma intimidade mais profunda entre sujeito-observador e paisagem (TUAN, 1980)². Apenas a visão, entretanto, não esgota a complexidade e não compreende a profundidade da composição sensorial da paisagem (BESSE, 2010). Se torna necessário compreender toda a trama sensorial que participa da organização do espaço para compreender as práticas que constituem este conjunto enquanto paisagem. Compreensão esta que envolve, para além de uma objetividade ou uma posição analítica, a dimensão subjetiva, afetiva e emocional que a paisagem, enquanto o lugar da existência, deve contemplar (BESSE, 2014).

Mais precisamente: existe também na paisagem uma espacialidade do próximo, do contato e da participação com o meio exterior que é compreendido da mesma forma como complexo, ou seja, como um ambiente composto de múltiplas dimensões sensoriais (sonoras, táteis, olfativas, visuais, etc.) que interagem na realidade e no qual o corpo está “mergulhado”. (BESSE, 2010, p. 266-267, tradução própria)

O imperativo visual acompanha uma experiência sensorial inserida no contexto de modernidade que, trazendo um aumento nas fontes de estímulos visíveis, desencadeia a “hipertrofia da visão” e uma hierarquização sensorial (CARVALHO, 2011), priorizando formas de percepção associadas a capacidades cognitivas mais completas. As imagens passam a ultrapassar sua função enquanto complemento, atuando de forma intensa sobre os comportamentos, e o olhar se coloca como uma ação ativa e seletiva sobre a organização dos estímulos (TUAN, 1983).

O poder espacial das imagens não se limita aos estudos de paisagem e longe de possuírem uma função somente ilustrativa sobre os fenômenos, atuam fortemente sobre as experiências situadas e sobre a atribuição de significados espaciais, se tornando instrumentos para a compreensão do mundo (GOMES e BERDOULAY, 2018). A ação do olhar sugere uma prática imagética narrativa, e as imagens, como produtos intencionais, traduzem essa narrativa, essa perspectiva, essa decisão sobre o lugar e sobre o que se vê, “têm seus próprios focos, zoom, seus destaques, suas limitações do olhar e sua cegueira” (ROSE, 2013, p. 198). Apropriando-se da perspectiva da paisagem enquanto uma imagem sensorial que parte de uma leitura do espaço, encontramos elementos de um discurso, que se organizam a partir desta leitura de forma a comunicar algo. A paisagem produz, em tal caso, uma narrativa, que se constrói conforme as posições, os focos, as formas nas quais os elementos se organizam neste conjunto, na decisão da escolha dos elementos que habitam esta composição. É uma narrativa de quem vê (leia-se “percebe”). E neste movimento de percepção, é tranquilamente



descomplicada a modificação da narrativa que se expressa, em uma simples mudança de foco, de interesse, de centralizar outro elemento. Uma simples mudança de posição de algum componente pode modificar sua situação de exposição e alterar completamente o conteúdo da textualidade da paisagem (GOMES, 2013). No entanto, alterando a perspectiva, buscando a paisagem em seu componente material, ela não é apenas percebida, mas atua na modelagem das formas pelas quais a percebem. O jogo de exposição, foco e ângulos das imagens constroem uma forma de agir sobre quem a vê, produzindo uma cartografia sobre o olhar (GOMES, 2013) e um guia sobre as experiências, sobre o que deve ser visto ou não, com base em intenções culturais, individuais, ideológicas, políticas.

A paisagem contém a percepção. É de certa forma possível, como já foi dito, percebê-la de diferentes formas, com base em diferentes matrizes ou culturas perceptivas, lhe atribuindo diferentes focos, significados. Mas ela existe independente da percepção, é uma forma anterior a esta, que também molda as formas perceptivas que devem ser colocadas frente a ela. O perceptível, então, nos conta algo, é necessário que se ajuste à paisagem para bem percebê-la (BESSE, 2006). Existe qualquer coisa escondida na paisagem, que só faz ‘visível’ seu exterior.

Grosso modo: é o espectador que define a paisagem? Neste caso, o visível e a paisagem são pensados como objetivos, como uma face exterior, um rosto, uma fisionomia, e então o problema do espectador eventual consiste em se ajustar perceptivamente e intelectualmente a esta fisionomia: a paisagem não é uma imagem, é uma forma. (BESSE, 2006, p. 65)

Nas últimas décadas, a paisagem passa a ser observada a partir de outras perspectivas, que trazem atenção à estes seus componentes ‘invisíveis’ e ao seu poder nesta chamada de atenção ao espectador que parte de forma ativa da própria composição da paisagem. Murray Schafer com *The Soundscape* (1993) define as paisagens sonoras, Douglas Porteous versa sobre as possibilidades olfativas da paisagem em *Smellscapes* (1985), além de numerosos outros autores que buscam observar e estudar a ampliação das possibilidades sensoriais da paisagem.

A proposta de reconhecimento da seção de ervas do mercado do Ver-o-Peso a partir desta perspectiva se dá, então, a partir da sua possibilidade em tensionar as escalas e as formas a partir das quais usualmente a paisagem é tratada. Além disso, importa traçar um caminho que reveja o tratamento hierárquico da sensorialidade moderna, afirmando a importância de uma análise empírica que se adeque à forma múltipla da paisagem de forma a abranger sua complexidade. Especificamente no caso em questão, os odores e os aromas produzidos pelos ervaços a partir de um contexto de saberes ancestrais, tradicionais e populares, se afirmam enquanto elementos de organização e de composição material e simbólica do espaço associados às unidades visuais que também compõe o mesmo.

A interlocução parte da definição das barracas como unidade visual, como ponto de partida para estabelecer contato com a paisagem, com os sujeitos e com suas histórias e suas sugestões. As próprias instruções dos rituais de usos dos preparados se vinculam à unidade visual da barraca, que se altera de acordo com a tipologia dos produtos comercializados em maior escala em cada uma delas: ervas frescas, medicinais, garrafadas, banhos perfumes, sabonetes, raízes, entre outros. Deste modo, buscamos realizar uma associação entre



fragmentos de histórias - trechos das entrevistas realizadas durante o trabalho de campo que viabilizou –, que envolvem as instruções de uso e as explicações sobre os efeitos dos preparados e de suas relações com os aromas, e imagens das barracas, registros realizados também durante as visitas ao local. Assim, traçamos o caminho para compreensão das singularidades das barracas e de seus erveiros, enquanto participantes na construção cotidiana da paisagem, e que nos encaminham a outros esquemas de percepção e de posicionamento sobre e no espaço.

RECONHECENDO A SEÇÃO

No Ver-o-Peso tudo contribui para a explosão dessa paisagem única: homem, barco, vigilenga, canoa, montaria, lanchas, velas tintas pelos corantes tirados da mata, bichos, mastros, frutas, objetos de barro, água suja e oleosa, urubus, lama da maré baixa. Paisagem cromática, banhada continuamente de sol, sem mangueiras para abrandar a fartura de luz: sol que ali se espoja num â-vontade escandaloso. Paisagem crua, às vezes cheirando a bicho podre (mas só um instante porque o urubu é bon gourmand), de onde escorre o suor da experiência de uma comunidade que vive a poesia rústica do cotidiano. (TOCANTINS, 1987, p. 327, 328).

Marcando um início das atividades comerciais na cidade de Belém – que possuía uma posição estratégica tanto para a difusão dos produtos do extrativismo vindos do interior amazônico para o mercado internacional e local, quanto para a chegada de produtos vindos da Europa (CARDOSO; LINS; MARTINS; FIGUEIREDO, 2018) –, no século XVII foi inaugurado, às beiras do Rio Guajará e próximo ao Igarapé do Piri, o posto fiscal e comercial Casa de Haver o Peso, ou Ver-o-Peso. Inicialmente criado para arrecadação de impostos e controle das mercadorias que chegassem na cidade, “lá eram pesadas as mercadorias embarcadas, taxadas pelo peso, e os impostos recolhidos para a Câmara de Belém” (LIMA, 2008, p. 37). Segundo Vieira (2020) o local se tornaria efetivamente um ponto de atividades comerciais apenas no século XIX, após o aterramento do Igarapé do Piri e a construção da Doca, seguido pelas demais estruturas físicas dos mercados que compõem o complexo, que surgem como uma referência ao desenvolvimento econômico da metrópole durante o ciclo da borracha. A intenção de assemelhar Belém ao ideal de beleza das cidades europeias que importavam o látex amazônico despontou os projetos urbanos de reestruturação e higienização que moldaram aos poucos a estrutura física atual do local, localizado no centro histórico da cidade. O atual Complexo do Ver-o-Peso – tombado pelo Iphan como Conjunto arquitetônico e paisagístico do “Ver o Peso” e áreas adjacentes – inclui, além dos mercados (de Ferro, Francisco Bolonha e a feira livre – ou mercado da Praia), a Feira do Açaí, a Praça do Relógio, a Praça do Pescador, o Solar da Beira, a Doca, as ruas Boulevard Castilhos França e Ladeira do Castelo e as construções e fachadas que se situam nestas ruas.

O Mercado Municipal, ou Francisco Bolonha – arquiteto responsável pela reforma da estrutura do mercado em 1908 –, construído entre 1860 e 1870, é atualmente destinado aos açougues, que se organizam em balcões delimitados por grades de ferro. O Mercado de Ferro, ou Mercado de Peixe, inaugurado em 1901 com sua estrutura metálica trazida da Europa, inicialmente era destinado à venda de produtos como hortaliças, frutas e verduras e farinha



d'água, enquanto a venda de pescado se concentrava na doca. Penteado, em seu livro *Belém – Estudo de Geografia Urbana* (1968), aponta que este último

muito acanhado, não suportou o desenvolvimento comercial de Belém como centro de Região e extravasou, pelas calçadas circunjacentes, onde grande quantidade de bancas em que, vendedores de quinquilharias, sapatos, sandálias de borracha, sabonetes, agulhas, etc., estabelecem confusão, graças ao atravancamento dos passeios, que acabam, afinal, por acarretar. (PENTEADO, 1968, p. 246)

Atualmente é o local no qual se concentra a comercialização dos peixes e frutos do mar frescos, também possuindo uma organização em boxes. A estrutura, composta por suas quatro torres de ferro, se torna um dos principais marcos paisagísticos da cidade de Belém, sendo uma referência visual ao Complexo do Ver-o-Peso. Inicialmente chamada de “Mercado da Praia”, a feira livre se instalou às beiras da baía do Guajará (Figura 1) e, segundo as descrições feitas por Penteado (1968), com base em suas observações datadas de 1948, se tratava de um local com dinâmica desordenada, espontaneamente organizada, com diversos tipos de mercadorias espalhadas pelo chão ou em estruturas improvisadas. O surgimento das primeiras barracas “foi a primeira grande intervenção oficial realizada na feira, durante o primeiro governo de Alacid Nunes, no período 1966/1971.” (LIMA, 2008, p. 48). Atualmente encontramos na feira uma organização setorial segmentada de acordo com o tipo de produto comercializado, tendo seções de hortifruti, peixe e camarão seco, farinhas, maniva, artigos industrializados, animais vivos, plantas, artesanato, ervas medicinais, entre outras.

O Ver-o-Peso passou a representar, então, o encontro entre práticas cotidianas diversas, a interseção entre dinâmicas complexas e setorizadas, organizadas internamente pelos próprios sujeitos que participam da sua elaboração rotineira. Cada grupo de comerciantes, em conformidade com sua categoria de artigos de consumo, participa de um contexto singular, compondo práticas sociais e de trabalho próprias que constroem arranjos imagéticos e sensoriais correspondentes a cada um desses sistemas.



Figura 1. Comerciante de pescado na beira da Baía do Guajará.



Fonte: Acervo da autora, registro fotográfico de Trabalho de Campo, maio, 2021.

A doca, por exemplo, é marcada por uma dinâmica matinal complexa que envolve a circulação do pescado, em uma trama na qual se inserem barqueiros, balanceiros, viradores, carregadores, geladores, pegadores, compradores e peixeiros, incluídos em um sistema econômico que surge do desdobramento cotidiano da vivência no mercado (SILVA, 2015; SILVA e RODRIGUES, 2016). No setor da maniva, o som dos homens ocupados com o descasque do alimento, próximos à beira do rio, conversa com o odor ardente do tucupi, e seu amarelo vivo que enche sequências enfileiradas de garrafas pet contrasta com o verde escuro do resíduo que escorre dos moedores, transbordando grandes bacias de alumínio com o produto da moagem da folha da mandioca. Na seção de peixe seco, as mantas de pirarucu salgado e seu cheiro carregado competem com o calor e com o ambiente escurecido que se forma abaixo da cobertura de lona. Na seção de ervas, novamente o olfato desperta para o conjunto de ervas perfumadas e essências engarrafadas, em um corredor escurecido, preenchido pelos pequenos frascos coloridos e ervas *in natura* (Figura 2) que prometem solucionar qual seja sua demanda, junto aos chamados ansiosos dos erveiros para que você se aproxime e a conversa te convença a levar algum produto. Adiante, então, nos lançaremos sobre este último, buscando desvendar a expressão geográfica da paisagem dos erveiros do Ver-o-Peso e descrevendo esta estrutura cotidiana que compõe o conjunto de práticas espaciais, sociais, sensoriais e imagéticas da paisagem desta seção.

(...) porque ao lado da comida, da bebida, dos gêneros de subsistência, dos objetos regionais, dos artigos corriqueiros, há de persistir, sempre, o mundo do sobrenatural. Os anseios de felicidade. Os eternos sentimentos do amor e do ódio. (TOCANTINS, 1987, p. 337-339).



Figura 2. Erveiras conversam enquanto organizam suas bancas



Fonte: Acervo da autora, registro fotográfico de Trabalho de Campo, maio, 2021.

A comercialização dos banhos de cheiro e dos produtos manufaturados, que já ocupavam as ruas da cidade através dos vendedores ambulantes, passou a ocupar também a feira do Ver-o-Peso no início do século XIX, unindo-se aos outros artigos, produtos do extrativismo e do cultivo. Se estabelecendo inicialmente no calçadão, as ervas expostas ganham um setor organizado com barracas apenas em 1990, na gestão de Almir Gabriel (VIEIRA, 2020).

Silva (2018), associa o trabalho dos vendedores de cheiro a um desdobramento do ganho de rua, através do qual, durante o sistema escravista no século XIX, a figura das ganhadeiras – ou quitadeiras –, mulheres negras libertas ou ainda escravizadas, ocupava uma posição de destaque no contexto urbano de trabalho. Pós-abolição, a figura das ganhadeiras se destaca pela venda de gêneros de primeira necessidade a preços baixos e pela criação de laços de sociabilidade com a sua clientela. A autora destaca a presença dessas mulheres na cidade de Belém – e a venda dos cheiros para além dos gêneros alimentícios – e sua permanência mesmo durante os processos de reorganização e ordenação urbana pelos quais a cidade passa durante o Ciclo da Borracha, ainda que isso tenha causado conflitos com taberneiros que “saíam no prejuízo já que aquelas além de não pagarem impostos ‘á sombra de meio dúzia de panellas, vendem todas ou quase todas, os mesmos gêneros que os taberneiros o não podem fazer, sem a competente licença...” (MACÊDO, 2008 apud SILVA, 2018).

Os erveiros, segundo uma das entrevistadas durante o trabalho de campo, abrigam “duas culturas: a parte medicinal dos índios e a parte mística dos negros quando vieram da África”, se tornando expressão da lógica a partir da qual a religiosidade se expressa de forma característica na região Amazônica – a partir do encontro entre a crença e as práticas das religiões de matriz africana, as religiosidades indígenas e o catolicismo. Alguns produtos, então, – e até mesmo as decorações de algumas barracas – se associam às práticas e símbolos



religiosos (Figura 3), seja fazendo referência às religiões de matriz africana, por meio das ervas para defumação e banhos, ou às imagens do catolicismo. Além disso, a seção se torna referência da venda de artigos durante celebrações católicas do dia de São João, Santo Antônio e São Pedro, como afirma a entrevistada: “Aqui é bom, deixa vocês chegarem pelo São João também que é muito bom aqui, quem chega aqui pelo São João, Natal e ano, quando chega lá pelo dia 23, 24 nós estamos já abaixando todas nossas novidades: o banho cheiroso”. Tocantins (1987) aponta que o banho de São João vem do costume português de tomar banho-de-rio no dia do santo, substituído na capital paraense, na impossibilidade de se banhar no rio, pelos banhos-de-cheiro, que se tornam uma forma simbólica e perfumada de ablução.

Figura 3. Imagem de Cristo iluminada por lâmpada em uma banca



Fonte: Acervo da autora, registro fotográfico de Trabalho de Campo, maio, 2021.

Os artigos vendidos pelos erveiros e organizados diariamente por eles naquele arranjo que a barraca contém variam em propriedade, uso e função: encontramos garrafadas medicinais, banhos, perfumes, sabonetes, shampoos, ervas frescas, ervas secas, raízes, troncos, cascas, pomadas, óleos, defumações e provavelmente mais. As garrafadas curam todo tipo de condição, de anemia à impotência sexual, para tomar diluída na água. Os perfumes são utilizados para atrair o amor – “chega-te-a-mim”, “pega-e-não-me-larga”, “faz-querer-quem-não-me-quer” –, ou para atrair prosperidade, dinheiro - “abre-caminho”, “chama”. Banhos variam, para afastar ou para atrair, envolvidos em um ritual que se altera de acordo com a recomendação do/a erveiro/a, “afasta-espírito”, “chama-freguês”, “banho-da-felicidade”. Sabonete de copaíba, óleo de andiroba para tratar inflamação, shampoo de babosa, banha de tartaruga, boa para manchas na pele, pó do Tamaquaré para amansar marido, seiva de jatobá, leite do Amapá, marupazinho, caamenbeca, alecrim, óleo do



boto, atrativo-do-amor, patchouli, priprioica, cheiro-do-Pará em essência (diluída no álcool) ou óleo, ervas para defumação, descarrego, etc.

É comum o erveiro buscar um destaque entre os outros comentando sobre suas criações originais. Outra erveira entrevistada afirma que “não gosta de copiar”, criou o “amansa-brabo”, com “a folha do amansa, abranda, quebra-chibança, disciplina, cala-a-boca, cachorrinho e tamaquaré” e convence por experiência própria: “eu tenho plano de saúde mais meus filhos encarnam em mim, paga um dinheirão e não vai lá, eu quero o natural. Eu gosto do natural que esse daqui, com certeza faz efeito, você vê o resultado, e a química a gente fica tomando, as vezes faz bem pra uma coisa e piora outra, esse não, já vai, arrastando todos os resíduos do corpo”. Outra também comenta que cada qual possui sua receita para os preparados: “Por exemplo, a pomada milagrosa, acha em muitas barracas, mas cada qual sabe seu segredo de fazer, o meu é andiroba, copaíba, pequi, arnica, cânfora, sebo de carneiro, além disso tira a tintura das raízes e ervas, pra botar no meio, pra artrite, artrose, bursite, coluna, derrame, pra AVC e pra dor de cabeça.”.

Além disso, segundo os erveiros, existem as ervas cheirosas e as de descarrego, ou fedorentas – as cheirosas, de cheiro realmente agradável, com as quais são preparados os perfumes e as garrafadas que podem ser ingeridas, possuem funções atrativas e curativas: “chama-freguês”, “atrativo-do-amor”, “chama”; os produtos das ervas de descarrego, por sua vez, possuem um cheiro mais carregado, não exatamente “perfumado”, não podem ser ingeridos pois possuem as “ervas bravas”, mas são utilizadas para o preparo de “banhos de limpeza”, com funções relacionadas à repulsão, como o banho “afasta-espírito”. Segundo uma erveira entrevistada: “Ervas cheirosas, uma das ervas são ‘chama’, ‘catinga’, ‘abre-caminho’, manjerona, então são muitas variedades de ervas cheirosas né, então muitas delas usamos tanto pra fazer o banho, pra abrir caminho, pra sorte, pra purificar, e algumas delas usamos também pra medicina. As de descarrego você não pode beber porque algumas tem ervas brabas como ‘comigo-ninguém-pode’, ‘espada-de-são-jorge’, ‘joana d’arc’, então são 21 ervas ou mais de descarrego, então a gente não pode beber, então por isso a gente põe pra ferver, com cachaça, pra fazer o banho de limpeza total”

O banho-de-cheiro (deu título a livro da belemense Eneida) é o resumo de todos os anseios de felicidade. Quase ninguém deixa de fazer escorrer pelo corpo a água de perfumes bons, preparada em casa ou adquirida nos mercados e casas do ramo.

Tenho uma fórmula para preparar banho-de-cheiro. Receita de família. Se o turista desejar conhecer a misteriosa alquimia então leia:

Juntar trevo-cumaru, japana-branca, pataqueira, mão-de-onça, catinga-de-mulata, chama, bergamota, mangerona, pluma, vindicá, orisa, cipó-catinga, casca-de-cedro, boiuçu, canela, numa bacia com água. Levá-la ao sol, diariamente, durante uns cinco dias. Nunca ao fogo. Coa-se a infusão em pano bem fino e se engarrafa o banho-de-cheiro. Deve ser usado nas vésperas de Santo Antônio, São João e São Pedro. Somente depois de lavar o corpo com água pura. (TOCANTINS, 1987, p. 293)



A PAISAGEM E SUA DIMENSÃO OLFATIVA

O reconhecimento da importância situada da dimensão olfativa na paisagem nos direciona à afirmação da paisagem enquanto, também, uma experiência de proximidade. Os odores, as texturas, os sons e os sabores se associam a práticas e aos significados espaciais e podem, até certo ponto, tendo em vista as limitações de cada forma sensorial, ser ordenados espacialmente, adicionando novas camadas de sentido às experiências. Entendemos, então, que a dimensão olfativa pode representar uma das marcas sensíveis da paisagem, permitindo o estabelecimento de uma relação subjetiva – que se satisfaz nas associações entre aromas, memórias, respostas emocionais e contextos culturais – além de participar de processos de sociabilidade, interação social e atribuição de significados simbólicos (CLASSEN; HOWES; SYNNOTT, 1994).

Porteous (1985), definindo as paisagens olfativas (*smellscapes*) afirma a possibilidade de um ordenamento espacial dos odores, mesmo reconhecendo sua efemeridade, sua fragmentação espacial e sua característica episódica no tempo. Corbin (2001), por sua vez, definindo a paisagem como uma leitura sobre o espaço, uma forma de esquematizá-lo por meio da apreensão sensorial para oferecê-lo à apreciação estética, descarta a possibilidade da existência de uma *paisagem olfativa* propriamente dita – mesmo atestando o poder dos odores na apreensão da paisagem – entendendo que não existe uma maneira exclusivamente olfativa, precisa, de se organizar, descrever ou representar o espaço, uma vez que o olfato não nos oferece categorias de análise objetivas para tal. O mundo olfativo, então, não é permanente, fixo ou inerte, mas se caracteriza por se adaptar aos ritmos do ambiente, por manejar práticas espaciais e por se determinar pelas escalas temporais destas práticas (FRAIGNEAU, 2019).

O que se pretende aqui não é propriamente definir os termos de uma paisagem olfativa, mas sim entender o modo pelo qual o olfato e os dispositivos olfativos, associados à formas visuais específicas e situadas, participam de uma composição que traduz certa narrativa sobre o espaço, representam um modo de se colocar no mundo e de percebê-lo, partindo dos seus significados, e de como, a partir destes, surgem, como desdobramentos, outras práticas espaciais. Além disso, e principalmente, buscamos entender como uma composição sensorial distribuída e localizada no espaço pode desafiar a forma tradicional do conceito de paisagem na geografia, trazendo atenção para os múltiplos aspectos simbólicos que a compõe e para a relevância dos dados empíricos no processo de obtenção e desenvolvimento de um conhecimento geográfico.

A PAISAGEM DOS VENDEDORES DE CHEIRO: IMAGENS E AROMAS

A seção de ervas nos desafia a torcer as escalas da estrutura da paisagem construída pela modernidade enquanto “vista panorâmica distante” (BESSE, 2014). Não existe possibilidade de se tomar uma distância que permita encaixá-la em um ideal contemplativo entre observador e espetáculo; ao contrário, para observá-la é preciso se comprometer com uma certa proximidade com o que se deseja ver. Não é possível vê-la sem se aproximar,



mesmo porque a sua situação posicional demanda que se adentre pelos corredores da feira, que se tome uma posição aproximada relativa a ela. Não existe vista distante, aérea ou panorâmica que contemple o setor de ervas. Se trata de três corredores, composto por pequenas bancas e seus respectivos proprietários, coberto por uma lona branca (Figura 4). É uma paisagem que quase não permite uma contemplação tranquila sem que haja a interrupção por um chamado, um burburinho, um caminhar. No entanto, mesmo com esse jogo limitado de posições permitidas, ali se constrói um arranjo de elementos, de sujeitos e práticas que cotidianamente, em conjunto e situados, compõem uma unidade simbólica que age na construção de significados espaciais. Se propor a observá-la e percebê-la é se propor a estar vulnerável à sua ação sobre o observador, e deixar de ser somente observador para participar daquele modo de estar no mundo e do que ele pode despertar sensorialmente.

Figura 4. Cliente observa a banca do seu Zezinho



Fonte: Acervo da autora, registro fotográfico de Trabalho de Campo, maio, 2021.

Esta paisagem não se dissocia dos sujeitos que a constroem cotidianamente, principalmente porque, além de participarem da composição visual da paisagem, se situando de frente às barracas, eles atuam diretamente na configuração do arranjo dos elementos visuais e olfativos. Todos os dias se monta e se desmonta a barraca (Figura 5), todos os dias a disposição visual da barraca é arquitetada a partir de uma intenção mental do sujeito de como ela deve se mostrar e do que não se deve mostrar, seguindo um certo tipo de norma visual que existe ali. As decisões de como se portar, como configurar o arranjo da barraca, como iniciar a comunicação e mantê-la com o freguês, se guiam a partir da intenção de atender aos sentidos que o transporte das práticas ancestrais ao ambiente urbano mercantil adquire (VIEIRA, 2020).



Figura 5. Erveira organizando as ervas na banca pela manhã



Fonte: Acervo da autora, registro fotográfico de Trabalho de Campo, maio, 2021.

Este contexto associado às imagens sensoriais que se constroem na seção contribui para a afirmação dos significados simbólicos dessa paisagem, que participam de diversos esquemas de intimidade com os sujeitos externos, exigindo ou não uma carga de experiências familiares para que haja uma identificação sentimental com a paisagem e com as práticas transportadas por ela. Chegar à seção de ervas sem uma carga de experiências que se relacionem com os elementos que a compõe, como na prática do turismo, desperta sensações de identificação diferentes para com o que se percebe sensorialmente se compararmos a ida ao local a partir de uma intenção baseada em experiências cotidianas de uso dos produtos, ou de conhecimento sobre o que aquela seção representa dentro daquele específico contexto cultural. Percebe-se um fragmento disso questionando os erveiros, por exemplo, sobre os produtos pelos quais os turistas mais se interessam: o “cheiro-do-Pará”, um perfume feito da essência do patchouli e priprioica, principalmente, ervas que “traduzem” um sentimento olfativo de estar no Pará, contrastando com os anseios de cura, tratamentos medicinais ou pelas “magias”, mais associados aos compradores locais.

As dimensões imagética e olfativa, então, atuam unidas, singularizando esta paisagem através da ordenação de uma ambiência muito própria. Os elementos visuais seguem uma lógica geral, mas cada barraca também possui sua particularidade. Os produtos manufaturados pelos próprios erveiros se diferem em rótulo dos produtos terceirizados, comprados prontos; barracas com intenções mais curativas (Figura 6), medicinais, se diferem de barracas com mais vidrinhos de perfumes (Figura 7); algumas possuem mais produtos in natura, outras apenas preparados; alguns erveiros possuem mais de uma barraca, podendo dispor os produtos de forma mais espaçada, outros, por vezes, ultrapassam os limites da própria barraca com produtos pendurados aos montes; algumas possuem decorações, como já foi citado, e



outras apenas os produtos; alguns produtos se escondem e outros se destacam pelas cores vibrantes (o óleo do tamararé, por exemplo, proibido segundo os erveiros porque envolve a morte do animal, se encontra em algumas barracas escondido por entre as garrafas maiores e só aparece a partir da demanda. Dentro da garrafa, também escondido em meio a uma trama de ervas embebidas no líquido, aparece o pequeno lagarto). Esse movimento de decisões e de normas de o que fazer com aquela pequena estrutura que lhe é dada constrói, tanto uma unidade visual própria da seção, quanto pequenos fragmentos visuais centrados nas barracas, de onde partem dispositivos visuais de percepção e a possibilidade aberta de ser guiado por aquele sujeito nas formas de uso dos produtos, afirmando a seção enquanto um espaço de exposição, tornando os objetos visíveis a partir de suas posições, que também nos traduzem algo sobre eles mesmos (GOMES, 2013).

Figura 6. Banca do Seu Zezinho.



Fonte: Acervo da autora, registro fotográfico de Trabalho de Campo, maio, 2021.

Figura 7. Erveira organiza os perfumes na banca pela manhã



Fonte: Acervo da autora, registro fotográfico de Trabalho de Campo, maio, 2021



O olfato, por sua vez, participa de um jogo maior em um arranjo que envolve o mercado como um todo. Devido à sua espontânea efemeridade, não existe “o cheiro desta barraca”, mas sim o cheiro que emana da seção como um todo, do conjunto de todos aqueles perfumes preparados, ervas e raízes que se misturam, formando uma nuvem aromática dentro da cartografia olfativa do mercado. Existem, no entanto, performances olfativas realizadas pelos erveiros que caracterizam uma prática de ativação dos sentidos. É comum abrir frascos para que o cliente sinta o aroma do perfume, assim como é uma prática habitual amassar as ervas na mão, tanto na própria quanto instruindo o cliente para que faça ele mesmo, para que possa assim, levá-la próxima ao nariz e sentir o cheiro da erva fresca. Existe a criação cotidiana de um mundo olfativo próprio, onde os odores se complementam às imagens, às performances e às tentativas de classificação nominais.

PARA CONCLUIR

O chamado à paisagem partindo de uma metodologia distante não envolve comumente a escala do próximo ou a escala do corpo. A paisagem dos erveiros, no entanto, a partir de sua composição, se associa a uma paisagem ritual, da cura, de anseios e vontades não somente materiais, estabelecendo um nexo direto com uma escala da proximidade. Uma paisagem na qual os dispositivos visuais e os odores – para além da sua simples percepção, mas associados às suas funções – induzem e guiam práticas simbólicas que extrapolam o mundo físico, além de estabelecer um guia sobre seus usos e narrativas sobre o espaço. A paisagem, enquanto ativa na reprodução deste tipo de prática, atua também sugerindo outras formas de agir sobre o mundo, inserindo mecanismos olfativos, desdobrando outras formas de se colocar no espaço e de habitá-lo pelo simples ato de carregar consigo um cheiro ou de realizar algum dos rituais. O processo de arranjo dessa paisagem motiva e convoca práticas espaciais que complementam o exercício da produção dos artigos e as trocas cotidianas intersubjetivas entre erveiros e seus clientes.

Confirma-se, por fim, que o simbolismo do Setor de Ervas dentro do contexto urbano de Belém – como palco para a materialização de saberes e conhecimentos tradicionais, populares e ancestrais sobre a utilização das ervas para a cura e para solucionar problemas cotidianos de todo tipo – se afirma no diálogo entre as dimensões imagéticas e olfativas desta paisagem, a partir das cores, das formas, das nomenclaturas, dos rituais e da composição dos preparados e dos seus respectivos perfumes, retirados de uma alquimia das ervas. E este diálogo, situado nesta seção do Mercado do Ver-o-Peso, participa da reprodução de práticas e de discursos que configuram uma forma própria de entender a relação entre corpo e espaço, além de nos encaminhar em direção à percepção de uma outra forma da paisagem. O posicionamento da paisagem a partir de um olhar em uma outra escala, na qual os sujeitos ocupam um papel central, nos auxilia a perceber outras formas de agir sobre e de organizar o mundo, tencionando a normatividade sensorial moderna que já vem sendo redefinida (THIBAUD, 2012).

Além disso, esta paisagem se torna expressão de uma lógica local e singular de produção que parte de conhecimentos ancestrais, tradicionais e populares que desafiam, de



certa forma, uma produção industrial da cura, reproduzindo uma outra lógica de promoção de saúde. Para além de ser uma fonte de possibilidades para a continuidade das práticas e dos rituais que se apoiam na utilização das ervas e dos banhos de cheiro, criando inclusive um suporte às crenças populares no que tange a resolução dos “anseios de felicidade” em meio urbano.

NOTAS

1 - A questão da distância se encontra, do mesmo modo, fortemente nas ciências sociais, mais especificamente na pesquisa antropológica, na necessidade de uma distância simbólica que deve ser tomada pelo pesquisador a fim de possibilitar uma objetividade, imparcialidade e clareza de julgamentos, principalmente com relação àquilo que já é, para ele, familiar. Aparece na necessidade de estranhamento do familiar para poder oferecer uma análise objetiva, noção que venha talvez do valor dado aos métodos quantitativos e seu entendimento enquanto caminho mais imparcial de realizar pesquisa (VELHO, 1987).

2 - “Objetos distantes somente podem ser vistos, por isso temos a tendência de considerar objetos vistos como ‘distantes’ – como não provocando nenhuma resposta emocional forte –, embora possam estar bem próximos de nós.” (TUAN, 1980, p. 12).

REFERÊNCIAS

- BERQUE, A. Paisagem-marca, paisagem-matriz: elementos da problemática para uma geografia cultural. *Geografia cultural: uma antologia*, v. 1, p. 239-243, 2012.
- BESSE, J. M. *Ver a Terra: seis ensaios sobre a paisagem e a geografia*. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- BESSE, J. M. *Le paysage, espace sensible, espace public*. Meta: Research in Hermeneu, 2010.
- BESSE, J. M. *O gosto do mundo: exercícios de paisagem*. Rio de Janeiro: EdUERJ, v. 234, 2014.
- CARDOSO, S. L.; LINS, A. S.; MARTINS, R.; FIGUEIREDO, S. L. Performances endêmicas no mercado do Ver-o-peso, Belém do Pará. *Paisagens Híbridas*, v. 1, n. 2, 2018
- CARVALHO, D. B. A crise dos sentidos: modernidade líquida e o esvaziamento da experiência sensorial. *Teresina: Cadernos do PET Filosofia*, v. 2, n. 3, 2011
- CLASSEN, C., HOWES, D., SYNNOTT, A. *Aroma: The cultural history of smell*. Taylor & Francis, 1994.
- CORBIN, A.; LEBRUN, J. *L'homme dans le paysage*. Textuel, 2001.
- DE OLIVEIRA, L. *Percepção do meio ambiente e geografia: estudos humanistas do espaço, da paisagem e do lugar*. Cultura Acadêmica Editora, 2017.
- FRAIGNEAU, V. La sensorialité olfactive du paysage, médiatrice d'une reliance sensible. In. *Vertigo - la revue électronique en sciences de l'environnement*, v. 19, n. 3, 2019
- GOMES, P. C. C. *O lugar do olhar: elementos para uma geografia da visibilidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, v. 2103, 2013.



GOMES, P. C. C.; BERDOULAY, V. Imagens na geografia: importância da dimensão visual no pensamento geográfico. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, v. 27, n. 2, p. 356-371, 2018.

LIMA, M. D. Ver-o-Peso, patrimônio (s) e Práticas Sociais: uma abordagem etnográfica da feira mais famosa de Belém do Pará. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2008.

MACÊDO, S. C. F. Os sabores da cidade: práticas alimentares, hierarquias sociais e seus lugares em Belém do Pará, segunda metade do século XIX. In *Seminário Temático 15 XIX Encontro Regional de História da ANPUH*. São Paulo, 2008.

PENTEADO, A. R. Belém: estudo de geografia urbana. Belém: UFPA, 1968. v. 2

PORTEOUS, J. D. Smellscape. In. *Progress in Human Geography*, v. 9, n. 3, p. 356–378, 1985

ROSE, G. Sobre a necessidade de se perguntar de que forma, exatamente, a geografia é visual. *Espaço e Cultura*, n. 33, p. 197-206, 2013

SCHAFER, R. M. *The soundscape: Our sonic environment and the tuning of the world*. Simon and Schuster, 1993.

SILVA, L. J. D. Pedra, redes e malha na circulação do pescado do Ver-o-Peso ao meio urbano de Belém do Pará. Tese (Doutorado em Antropologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2016.

SILVA, L. J. D.; RODRIGUES, C. I. Pedra do Peixe: redes sociais na circulação do pescado do Ver-o-Peso para a cidade de Belém do Pará. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas*, v. 11, n. 3, p. 581-599, 2016.

SILVA, L. L. Entre cheiros e garrafadas: o trabalho das vendedoras de cheiro nas feiras públicas de Belém-PA em 1830-1890. *Margens*, v. 11, n. 16, p. 238-253, 2018.

SIMMEL, Georg. A filosofia da paisagem. *Revista de Ciências Sociais-Política & Trabalho*, p. 15-24, 1996.

SUÑÉN, N. C. Más allá de la vista: paisajes con otros sentidos. *Revista de desarrollo rural y cooperativismo agrario*, n. 11, p. 133-146, 2007.

THIBAUD, J. P. A cidade através dos sentidos. *Cadernos Proarq*, v. 18, p. 1-16, 2012.

TOCANTINS, L. Santa Maria de Belém do Grão Pará. Belo Horizonte: Itatiaia Ltda., 1987.

TUAN, Yi-Fu. *Topofilia: um estudo da percepção. Atitudes e Valores do Meio Ambiente*. São Paulo: Difel, 1980.

TUAN, Yi-Fu. *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: Difel, 1983.

VELHO, Gilberto. *Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.

VIEIRA, L. 2020. Saberes da Floresta Produtos na Cidade: os atravessamentos socioculturais que permeiam as práticas tradicionais de cura amazônica em ambiente urbano – Belém/Pará. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2020.

COMO CITAR ESTE TRABALHO

RIOS, Gabriela Leal.. A paisagem entre o próximo e o distante imagens e aromas no setor dos vendedores de cheiro no Ver-o-Peso. *Revista Tamoios, São Gonçalo*, v. 20, n. 1, p. 189-206, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/tamoios.2024.68051>. Acesso em: DD MM. AAAA.