
PERFUMARIA: DA HISTÓRIA À ESSÊNCIA

PERFUMERY: FROM HISTORY TO ESSENCE

Leandra Maria Casone de Freitas¹
Mylene Cristina Dornellas da Costa²
Adrielly Michely Ferreira³
Rosália Hernandes Fernandes Vivan⁴

RESUMO

A história do perfume está ligada com o desenvolvimento do homem e do seu crescimento. Na medida em que as primeiras culturas se desenvolviam, os métodos de manipulação dos recursos naturais também se aprimoravam, de modo a se ajustarem aos sentidos da percepção. A perfumaria desde o seu histórico até suas características de composição demarcaram a vida das pessoas, assim o estudo buscou conhecer a história da perfumaria; distinguir as famílias olfativas; fazendo a descrição da composição dos perfumes; apreendendo a influência da perfumaria no dia a dia das pessoas. Percebeu-se que os perfumes são muito demarcados na vida do ser humano e que este pode trazer benefícios. A indústria a cada dia busca cada vez mais abranger este mercado crescente.

150

Palavras-chave: história do perfume; aromaterapia; óleos essenciais.

ABSTRACT

The history of perfume is linked to the development of man and his growth. As the first cultures developed, the methods of manipulation of natural resources also improved, so as to fit the senses of perception. The perfumery from its history to its characteristics of composition demarcated the life of the people, so the study sought to know the history of perfumery; distinguish olfactory families; describing the composition of the perfumes; seizing the influence of the perfumery in the day to day of the people. It has been realized that perfumes are very demarcated in the life of the human being and that this can bring benefits. The industry every day seeks more and more to encompass this growing market.

Key words: history of perfume; aromatherapy; essential oils.

¹ Acadêmica do Curso Superior de Tecnologia Estética e Cosmética - Centro Universitário Filadélfia (Unifil), Londrina – Paraná

² Farmacêutica mestre em, Biotecnologia em Estética e Cosmética do centro Universitário Filadélfia – (Unifil), Londrina – Paraná.

³ Docente do curso superior em Estética e Cosmética e Especialista em Estética e Cosmética do centro Universitário Filadélfia – (Unifil), Londrina – Paraná

⁴ Farmacêutica, Mestre e Docente do curso superior em Estética e Cosmética do centro Universitário Filadélfia – (Unifil), Londrina – Paraná

1 INTRODUÇÃO

A história do perfume está compreendida dentro da trajetória de desenvolvimento do homem e suas habilidades. E por diversas vezes, durante todo o decurso da perfumaria, esta contribui não somente para adquirirmos o poder de exalar cheiros agradáveis, mesmo sem sermos capazes de produzirmos internamente, mas foi apropriada para intentos como o estudo do combate às doenças, a conservação dos corpos e a higiene pessoal. Uma das funções do perfume, encontrada amplamente na sua biografia, é a utilização dele como fator determinante para atração e sedução de um outro ser humano (BARROS, 2007).

Segundo Dias (1996) explica que os perfumes dominam na parte da vida civilizada há vários períodos, tanto para os homens como para as mulheres. Cada um tem a sua preferência por determinados aromas, os quais podem determinar o humor ou gerar emoções. Possivelmente o mais primitivo dos nossos sentidos, o olfato tem a competência de nos recordar experimentos passados. As mensagens olfativas são mandadas para áreas do cérebro agregadas à emoção, à criatividade e à memória.

Buscou se por meio dos objetivos: descrever a perfumaria desde o seu histórico até suas características de composição; conhecer a história da perfumaria; conhecer as famílias olfativas; descrever a composição dos perfumes; entender a influência da perfumaria no dia a dia. O trabalho foi desenvolvido por meio de uma pesquisa bibliográfica. Na qual serão usados materiais como; livros, revistas, jornais e ideias de diferentes autores. Como as fontes bibliográficas mais indicadas são os livros e no caso do livro de leitura corrente, as obras apresentam diversos gêneros literários, e também obras de divulgação, que tem como desígnio proporcionar conhecimentos científicos e técnicos. Os livros de consultas permitem a obtenção de informações. (GIL, 2002). Desta forma a pesquisa segue um ponto de vista em relação aos seus objetivos, por isso que busca um aprofundamento nos assuntos propostos para este estudo. No referencial teórico buscou aprofundamento na história do perfume, desde os tempos mais antigos e na atualidade de como o perfume se desenvolveu, e o ser humano utiliza deste envolvido nas emoções e no dia a dia.

2 DESENVOLVIMENTO

A História do Perfume

A busca pelo divino marca a história do homem. Os mais antigos cheiros conhecidos são os da fumaça que exalava da queima de madeiras, especiarias, ervas e incensos. Essa prática explica a origem latina da palavra perfume: per (através) e fumum (fumaça), através da fumaça. A origem do perfume se deu a partir de 3.000 a.C., na magnificência da civilização egípcia. Os egípcios por adorarem a diversos deuses, eram chamados de politeístas, e em sua crença faziam homenagens em ricos rituais. Confiavam que seus pedidos e orações chegariam mais rápido aos deuses se percorressem nas nuvens de fumaça aromática que ascendiam aos céus. Esperavam na reencarnação, e reservavam as fragrâncias também aos mortos. Grande quantidade de aromas acompanhava a passagem desta para outra vida, ao encontro com os deuses, e o corpo do morto devia ser permanecido tão inalterado – e perfumado – quanto presumível. Mirra, musgo de carvalho, resina de pinho, entre outros ingredientes com propriedades anti-microbianas, eram utilizados no ritual de mumificação, tipos incríveis de resultados são admirados até hoje (ASHCAR, 2001).

Para Peres (2005) no período Neolítico (4000 a.C.), o homem da tribo cultivava plantas e aprendeu a extrair os óleos graxos vegetais através de coação aplicada por meio de pedras. Já eram conhecidos os níveis de toxicidade de algumas plantas, que passaram a ser usadas com muita precaução.

Já na mitologia grega elucida a importância do perfume na sua cultura, e a história confirma esse fato. Por volta de 800 a.C., as cidades de Atenas e Corinto já exportavam óleos de flores e plantas maceradas: rosa, lírio, íris, sálvia, tomilho, manjerona, menta e anis. Desde então, os aromas eram populares entre os gregos, que aperfeiçoavam a arte de utilizar óleos perfumados. Usados pelos atletas e amados pelos poetas, esses preparados revolviam ainda mais atraentes as mulheres de Atenas. Os gregos contemplavam incensos e fórmulas aromáticas, e acreditavam atrair a atenção dos deuses ao usá-los. Até na comida eram utilizados os perfumes como: as pétalas de rosas moídas eram ingredientes de receitas elaboradas e o vinho era aromatizado com mirra, essências de flores e mel perfumado. O buquê favorito de

Baco é citado como deus do vinho: violetas, rosas e jacintos adicionados à bebida (ASHCAR, 2001).

Para Maluf (2008) enquanto revelação da vida, esta energia é inseparável das águas, que simulam o não manifesto, da potencialidade e das latências. As ervas e os óleos são parte da criação cósmica.

Seguindo a história na Babilônia por volta de 650 a.C a cidade da Babilônia, na Mesopotâmia, tornou-se o centro comercial de especiarias e perfumes do período. Conquistado dois séculos mais tarde por Alexandre, o grande, rei dos persas, o império caldeu volveu-se parte da civilização helênica. A influência persa na vida grega impulsionou a apreciação de plantas exóticas e o uso de perfumes e incensos. Alexandre entregou sementes e mudas de plantas da Pérsia ao seu professor em Atenas, Teofrasto, que criou um jardim botânico e foi autor do primeiro tratado sobre cheiros. Eram detalhadas as receitas de preparados aromáticos e perfumes, apresentando prazos de validade e lembrando usos terapêuticos. Os perfumes deviam ser protegidos do sol, pois a luz e o calor transformavam seu odor. Este ensinamento é demarcado até os dias atuais. Após sua morte aos 33 anos, Alexandre foi cremado em uma pira impregnada de olíbano e mirra. Graças à riqueza de alguns manuscritos, resgatados pelo historiador Heródoto, apreciamos as primeiras experiências na extração de cheiros de pétalas e folhas, e de seus usos e funções no preparo de unguentos, loções e perfumes (ASHCAR, 2001).

A Bíblia também demarca sobre a história do perfume. Ao longo dos seus escritos muitos falam da importância do perfume na vida dos hebreus. No livro poético do Rei Salomão, Cântico dos Cânticos, também narra o entusiasmo dele por uma jovem Sulamita, os poemas são repletos de alegorias entre as maravilhas do amor e o deslumbre causado pelas fragrâncias. Logo que o costume das mulheres da época era comum elas usarem de natureza um saquinho com perfume em torno do pescoço para difundir o odor. No livro de Éster conta a purificação das mulheres candidatas ao trono de rainha e que iriam se encontrar com o rei para uma ser a escolhida. Mas antes deste acontecimento elas se preparavam por seis meses com óleo de mirra e outros seis meses com odores doces. (WEELS; BILLOT, 1981)

A última rainha do Egito, Cleópatra que representa o símbolo da sedução com seus rituais perfumados. Além de conquistar o coração do general romano Marco Antônio, conseguiu dele a promessa de uma aliança com Roma. Ao que parece, ela

era muito mais atraente do que propriamente bonita, e sabia, acima de tudo, como perfumar-se. Untava-se com essências aromáticas dos pés à cabeça, criava em torno de si uma aura perfumada e recebia Marco Antônio em uma cama repleta de pétalas de rosas. Seus aperfeiçoamentos eram incríveis: ela impregnava de odor de rosas até as velas de seu barco, e viajou ao encontro do amante inteiramente untada de óleos perfumados, como uma deusa em forma humana, deslizando sobre as águas (ASHCAR, 2001).

Para Muller (1984) unido com as novidades perfumadas, desembarcaram dois ideais árabes. O primeiro era a pedra filosofal, que seria capaz de modificar-se outros metais quaisquer em ouro e outro era o elixir da juventude, que daria o poder de manter os homens em pleno vigor e longe do envelhecimento. (MULLER; HAMBURG; GERMANY, 1984).

Celebrados por suas maravilhosas descobertas os árabes foram muito afamados com a bússola e a álgebra. Eles apresentaram à humanidade o primeiro alambique, graças ao alquimista Avicenna, que inventou a serpentina de resfriamento. Ele descobriu o método da destilação e preparou a primeira água de rosas do mundo, isolando o perfume das pétalas em forma de óleo (o attar, produzido na Síria). Como grande passo na história da perfumaria, este conhecimento foi sendo transferido de geração em geração, (ASHCAR, 2001).

Ainda segundo Ashcar (2001) na Idade Média, a perfumaria ficou entorpecida. Havia apenas vestígios de medicina e farmácia praticadas com ervas aromáticas nos mosteiros. Neles, os jardins tiveram grande importância para o estudo e a descoberta das propriedades terapêuticas das plantas.

Com a determinação do capitalismo na Europa, abrolham diversas empresas de renome e grande tradição, em especial na França, cujas cidades que se demarcaram foram Grasse e Paris, pela sua produção de perfumes finos. É neste panorama social que o perfume, marco do luxo, passa da sua produção artesanal para uma linha graduada cada vez mais aberta. (MARQUES; TOLEDO, 2007)

Já a França ganhou fama mundial pelas essências e matérias-primas produzidas em Grasse, o que motivou a formação de empresas produtoras de fragrâncias sólidas e tradicionais. A imperatriz veio socorrer as mulheres, lançando um novo estilo de perfume: Eau Impériale, uma mistura de notas cítricas e lavanda, fragrância reanimadora criada em 1861 por Guerlain. A Eau Impériale foi apresentada

em recipiente de vidro decorado com o brasão dos Bonaparte: abelhas pintadas à mão em ouro. O amor de Eugênia pelas artes instigou o desenvolvimento da perfumaria francesa. (ASHCAR 2001).

No século XX, Paris introduz-se como a capital da moda e da perfumaria, ambas se tornou aliadas e essenciais uma à outra. Com seus estabelecimentos que colaboravam para tal estereótipo: cabeleireiros, loja de luvas perfumadas, butikues, etc. (REVISTA DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA DA BELEZA, 2007).

Nessa época, as fronteiras da perfumaria estavam para ser ultrapassadas nos laboratórios, com a descoberta das estruturas das moléculas perfumadas, e sua posterior síntese química. As mulheres estavam mudando, celebravam a arte de viver. A Belle Époque agitou a arte, a moda e a perfumaria de 1870 até a I Guerra Mundial (1914-1918). Nasceram a luz elétrica, o telefone, o automóvel, o cinema, e a moderna arquitetura — a Torre Eiffel era levantada em Paris. Em 1900, perfumes e artigos de toalete ganharam espaço pela primeira vez na Exposição Internacional de Artes Decorativas, evento que pulsou a cidade. Vieram visitantes de todos os cantos da Europa (ASHCAR 2001).

155

A perfumaria, como não poderia deixar de ser, se favoreceu da tecnologia que cresce de maneira vertiginosa a cada dia. Com os avanços da química moderna, antes o que só era possível produzir de maneira natural e rudimentar, atualmente pode ser facilmente obtido em laboratórios extremamente equipados. Com isso novas técnicas, novas formulações, novas combinações e em grande escala começaram a ser produzidos, surgindo, então, empresas de renomado sucesso do ramo. (BARROS, 2007).

A Influência da Aromaterapia

Para Maluf (2008) a aromaterapia é a ciência, e também a arte da terapêutica, por meio da utilização de substâncias aromáticas naturais – óleos essenciais. Esta trabalha seu corpo de uma maneira natural e holística. Esses óleos atuam no corpo gentilmente restaurando nossas energias curativas, originando um balanço no corpo, mente e espírito.

O perfume revela o quanto à natureza é benéfica e surpreendente, desde odores tão conhecidos como os das rosas até excêntricos como os de almíscar. E,

dentro de cada classificação nas famílias olfativas como se verá adiante, há variações que se torna perceptível à riqueza e a diversidade da flora e da fauna (BARROS, 2007).

Segundo Farrer-Halls (2015) são vários os benefícios da aromaterapia para a saúde e o bem estar. As qualidades dessa prática são importantes porque são naturais e dão destaque nas medidas preventivas e o fato de os pacientes adotarem a responsabilidade por cuidar da sua saúde.

Conforme Barros (2007) as empresas cosméticas, em geral, têm vislumbrado um mercado de consumidores cada vez mais ansiosos por novidades e pela busca exagerada da beleza. E claramente, a perfumaria tem seu espaço garantido dentro desse negócio, embora muitas vezes seja considerado um artigo de luxo, é algo cuja população tem fácil acesso, além de ser considerado um item clássico para presente.

Segundo Cooper Smith (2015) em 1920, René Maurice Gattefossé, químico francês; originário de uma família proprietária de uma empresa de perfumes, qual difundiu na redescoberta das propriedades milagrosas das plantas. Relata-se que um dia enquanto Gattefossé trabalhava queimou gravemente a sua mão, tendo-a mergulhado em óleo essencial de alfazema. Constatou-se que a queimadura curou rapidamente sem haver bolhas; Analisam que a partir de seus estudos nasceu a aromaterapia moderna. Para Farrer-Halls (2015) diz: “a importância da aromaterapia pode ser resumida em, é melhor prevenir do que remediar. Isso significa que a aromaterapia irá considerar o estilo de vida de modo holístico e sugerir mudanças”.

Barros (2007) demarca também como contribuição Marguerite Maury, uma bioquímica francesa que demonstrou os efeitos terapêuticos dos óleos essenciais no corpo e na mente e desenvolveu o método de diluição e aplicação dos óleos essenciais em massagens. A aromaterapia moderna alcançou o auge em 1980, época em que os bioquímicos isolaram nos óleos essenciais os artifícios responsáveis por sua poderosa propriedade. A partir desse momento a ciência enfocou nos estudos das plantas. Com o desígnio desta proposição é elucidar com relação ao mundo minucioso, detalhista, mas profundamente enriquecido seja de história, de técnicas, de matérias-primas, de tudo o que diz respeito a este artefato, já considerado como mágico e não deixa de ser, pois cada vez mais existem apaixonados por esta arte e pelos recursos e benefícios que ela traz.

Para Hoare (2010), as origens da aromaterapia data dos meados da década de 1930, marcado pelo trabalho do químico francês René-Maurice Gattefossé, que em

seus experimentos com os óleos essenciais percebeu que havia grande potencial de cura dos mesmos. A aromaterapia também é conhecida nos tratamentos de beleza, onde os óleos essenciais são usados nos produtos para a pele e nos cuidados com o corpo. Ela é combinada com todas as terapias naturais, com exceção da homeopatia, por acreditar que alguns óleos essenciais invalidam os poderes de cura dos medicamentos homeopáticos.

Os Óleos Essenciais

Segundo Farrer-Halls (2015), as plantas aromáticas produzem essências perfumadas nas células secretórias, que empregam nutrientes do solo e da água, e a luz e o calor do sol no processo de fotossíntese. Esses perfumes são produzidos nas plantas naturalmente, aliciam insetos benéficos, como as abelhas, para ajudar a polinização e espaçam insetos menos oferecidos, que poderiam comer ou causar danos às plantas.

Para Hoare (2010) explica que houve um avanço de estudo sobre a aromaterapia e isso abarca a composição química básica dos óleos essenciais, os ciclos de vida das plantas e como as condições de crescimento que afetam o óleo que elas precisam. A autora ainda salienta que os óleos essenciais tem sido descritos como um coquetel de substâncias químicas. A parte química acentuada para os óleos essenciais esta relacionada com os tipos de moléculas que os formam, de modo que para apreender a estrutura é preciso examiná-la no nível atômico e molecular.

Muitos óleos essenciais são leves, transparentes e não gordurosos, no entanto alguns são viscosos e outros coloridos, mas todos têm atributos importantes em se dissolver em óleos gordurosos como amêndoas, girassol, ou em álcool. São bastante agrupados e poderosos e são bem dissolvidos antes do seu uso na aromaterapia (FARRER-HALLS, 2015).

Para Hoare (2010) os óleos essenciais ajeitam apenas a parte mais minúscula da estrutura da planta. Diferentes quantidades de óleo são produzidas por diferentes

espécies de plantas, e também por partes distintas de cada planta, agente pelo qual a vazão de alguns óleos é mais difícil do que a de outros.

Famílias Olfativas e suas características

Tendo conhecimento das famílias olfativas que podemos descobrir qual perfume irá nos agradar. E assim as famílias olfativas são divididas em:

- Famílias Femininas

- - Floral Simples: há uma grande quantidade de perfumes femininos até mesmo reconhecidos internacionalmente. Alguns perfumes desta classe apresentam odores verdadeiramente florais, conquanto haja também aqueles que lembrem certas regiões específicas ou localidades em certa estação anual. Esta família tem as consequentes subfamílias: rosa, branco e verde. (REVISTA DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA DA BELEZA, 2007)

- – Floral Rosa: as principais criações são baseadas na rosa. Esta é uma das mais antigas composições. Os perfumes são arquitetados sobre uma temática de uma única flor. A rosa é uma flor tenra, meiga que envia o consumidor a suavidade e maciez. É uma flor que cresce na primavera e é apreciada a rainha das flores. (BOTICARIO, 2005).

- - Floral Branco: são flores com uma gradação mais pesada, as notas enviam a sensualidade, agressividade, com leve toque animalizado e de longa persistência. Não é apropriado para crianças. Nesta subfamília se enquadram é o jasmim, tuberosa, ilangue-ilangue e flor de laranjeira. (REVISTA DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA DA BELEZA, 2007)

- - Floral Verde: Com flores leves e transparentes tais como o lírio-do-vale e lilás. Trata-se de uma mistura calhada da composição floral com odor marcante de odor verde. (BOTICARIO, 2005).

- – Floral Frutal: sua produção é atual, iniciada da década de 70. Combinado por ingredientes frutais esplêndido ou nuances marinhos que se combinam com flores

frescas. Possui temas em sua utilização como cassis, abacaxi, damasco, pêssigo e maçã. (REVISTA DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA DA BELEZA, 2007).

- – Floral Bouquet: com a concordata de várias flores, basicamente a rosa, muguet e jasmim com acordes amadeirados. (BOTICARIO, 2005)

- - Floral Bouquet aldeídico: São juntados aldeídos nas composições dos perfumes florais, com o desígnio de salientar o corpo e a personalidade. (FASCINANTE, 1998)

- - Chipre: é proveniente de um perfume que recebeu o nome de Chypre em homenagem à ilha grega de mesmo nome. O conceito que esta fragrância recebeu foi capaz de criar um novo grupo olfativo que então ficou com a mesma denominação de seu primeiro perfume. A família olfativa Chipre é composta de notas cítricas de bergamota com musgo de carvalho, patchuli ou outras madeiras nobres. (ASHCAR, 2001)

- -Chipre clássico: a predominância desta subclasse é o acento de patchuli. Classificadas nas famílias: Aromatics Elixir de Clinique; e Coriandre de Couturier. Porém vem sendo utilizada grandemente e em variadas combinações com a rosa. (REVISTA DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA DA BELEZA, 2007)

- - Chipre Frutal: Ressaltante com acordes frutais, em semelhança ao odor de pêssigo, abrolhando uma personalidade única e tenaz ao perfume. (QUEST, 2006).

- - Chipre verde: disposições com caracterização de acordes verdes com propriedades herbáceas, mas localizado também em suaves acordes florais. (BOTICARIO, 2005).

- - Chipre animal ou Couro: mesmo que sem versões brasileiras, esta classe com substâncias animais garante ainda mais a feminilidade dos perfumes. Compreende também as variações das tendências Chipre. (FASCINANTE, 1998).

- - Floral doce ou Floriental: dados do início do século XX com densa direção olfativa. Na década de 1970 surgem novos temas com variações para nuances orientais. (QUEST, 2006)

- - Oriental: características almiscarados e especializados, estes perfumes tem seus antecessores no Oriente e consistir em difundidos por todo o mundo devido sua excentricidade. São considerados ricos quentes e enviam às sensações de voluptuosidade e exotismo. (REVISTA DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA DA BELEZA, 2007)

- -Lavanda: mesmo que, de acordo com a tradição caracterizada no mundo como uma família masculina, no Brasil é uma preferência nacional das mulheres e atribuída com o sinônimo de alfazema também. Ponderada com nota mais acentuada de frescor e exalando leveza mais do que outras famílias femininas pode ser tendência para o clima tropical do país. Outro tema também é casado com o almíscar, devido à voluptuosidade feminina nacional. Esta família olfativa não existe na genealogia. (ASHCAR, 2001)

- - Edible ou Gourmand: característica em uma versão mais moderna. Presença predominante de notas “comestíveis” que lembram doces, frutas vermelhas, chocolate, agregadas com madeiras quentes. (COURSET; DEKINDT, 2001).

- - Especializado – Amadeirado: Nova geração de fragrâncias, avaliadas quase masculinas usam geralmente o tema de uma madeira (cedro ou vetiver), sendo alentadas por notas musc e especiarias. (BOTICARIO, 2005)

- Famílias Masculinas

- - Fougère: característica de lavanda e notas de musgo de carvalho, enviando ao aroma da relva. O nome da família é originado também pelo nascimento do perfume que originalmente levou a denominação Fougère. No Brasil, é estimado grandemente por homens e até mesmo por mulheres. (ASHCAR, 2001)

- - Fougère Clássico: no grupo a predominância é o frescor da lavada sobre as variedades nas notas de fougère. Os primeiros perfumes são English Lavender em versões de Atkinsons e Yardley (1870). Já as variações herbáceas ou com acento amadeirado fresco são Acqua di Selva da Victor; Pino Silvestre da Vidal; Fougere Royale de Houligant (1934) e Azzaro (1978). (REVISTA DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA DA BELEZA, 2007)

- - Fougère Moderno: característica deste subgrupo é a harmonia das notas de saída com as notas de base. O fougère amadeirado é a combinação de notas fougère com outras de substâncias especializadas e amadeiradas, que o tornam marca de masculinidade (QUEST, 2006).

- - Fougère Oriental: característica toque oriental, que agrada amplamente os americanos. Fundo persistente, porém ainda conservando a particularidade de leveza (BOTICARIO, 2005).

- - Oriental: a análise de características orientais nos perfumes masculinos ainda é moderna. As notas especializadas podem ser doces, simbolizando efeitos notáveis, ou fortes, para causar impacto. (FASCINANTE, 1998). A evolução dos perfumes masculinos é marcada por além de outros acordes, por toques ambarados e por doces como o mel sobre fundo de baunilha. Concebe os perfumes masculinos doces e os decorrentes dos perfumes femininos orientais. (COURSET; DEKINDT, 2001).

- – Edible ou Gourmand: com característica de uma versão mais moderna segue a mesma tendência da família feminina, as notas são “gourmand”, lembram doces, frutas vermelhas ou chocolates associados a notas amadeiradas quentes. (FASCINANTE, 1998).

- – Amadeirada ou Madeira: Nesta nota temos a subfamílias como Madeira simples e Madeira moderna. Quando temos uma madeira que se sobressai no perfume, relacionamos à Madeira Simples. (REVISTA DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA DA BELEZA, 2007). Já quando temos uma combinação moderna de madeira, ou exemplificando, um cedro com notas ambaradas, relacionamos a Madeira Moderna. (COURSET; DEKINDT, 2001).

- – Colônia: inicialmente as fórmulas primárias eram usadas como águas de toalete, após novas reformulações com notas mais tenazes e então uma fixação mais duradoura, esta tendência avalizou características bem peculiares. (FASCINANTE, 1998). Nesta nota podemos ter subclasses como colônia clássica e colônia moderna. Assim como nos referirmos a colônias clássicas, na verdade são fragrâncias que expõem somente notas de cabeça. (ASHCAR, 2001) A colônia moderna está relacionada a fragrâncias com um pouco de notas de corpo e de fundo. (COURSET; DEKINDT, 2001)

Notas Olfativas a personalidade da perfumaria

No século XIX, um francês chamado Piesse criou uma classificação para aroma. Baseou se na ideia de harmonia musical e sua escala. Com o conceito de que cada fragrância teria uma correspondência com as notas musicas. Os óleos seriam classificados como as notas em altas, médias, ou baixas, segundo (MALUF 2008).

Para Barros (2007) o método da perfumaria pode ser comparado à arte da música também e embolsa em sua classificação denominações como a nomenclatura da musicalidade. Na perfumaria atual cada aroma recebe o nome de “nota”, em sua composição de “acordes” ou “harmonia” da fragrância. Cada perfume tem uma sinfonia aromática e adota um ritmo olfativo. Em presença disso é importante que as notas do perfume estejam em equilíbrio, harmonia e ajustado entre si. Enquanto que a música é expressa graficamente com símbolos a segunda é sentida através do ar pelas notas de saída, corpo e fundo.

Alguns cheiros são determinantes, por exemplo, como percebemos a presença de determinada pessoa somente pelo cheiro distintivo dela, uma semelhança disso é um bebê, que ainda inábil de ser expressar claramente, se aquieta quando sente o cheiro da mãe. (MAIA, 2007)

Segundo Juttel (2007) as notas se dividem em três famílias:

As notas de saída são as substâncias mais voláteis da composição, aquelas exaladas nos primeiros quinze minutos a partir do contato do perfume com a pele. Formam a porção mais volátil da composição (evaporam primeiro). Pertencem geralmente aos grupos olfativos cítricos, verdes, florais ou frutais. Depois de três a quatro horas, começam a ser exaladas e percebidas pelo nosso olfato as notas de corpo. Essa percepção tardia é consequência da menor volatilidade dessas substâncias comparadas às notas de saída. Costuma-se dizer que as notas de corpo compõem o “coração” da fragrância. As matérias-primas são os florais e especiarias. As notas de fundo são fragrâncias percebidas a partir da quarta ou quinta hora de evaporação do perfume. Novamente, isso se deve a baixíssima volatilidade dessas substâncias (JUTTEL, 2007, p. 25).

162

Mais a frente da essência e do solvente, os fabricantes acrescentam à mistura substâncias denominadas de fixadores que têm a função de contemporizar a evaporação da essência, e, por conseguinte, aprazar os efeitos do perfume. É comum também adicionar outro álcool, o propileno glicol, para somar a solubilidade da essência no solvente (SILVA, 1996).

Finalmente, cabe salientar que para algumas pessoas os perfumes não trazem sensações aprazíveis: são aquelas que têm algum tipo de alergia aos ingredientes usados na formulação. Essências tais como a de anís, bergamota, canela, citronela, cravo, gerânio, hortelã, safrol, sassafrás etc. podem originar dermatites (inflamação da pele), manchas cutâneas e febre.

A influência do perfume em nosso dia a dia.

O valor do perfume está relacionado ao alcance de efeitos positivos causados pelos aromas em todo o organismo, nas emoções e humor, apontando o bem-estar e maior qualidade de vida. É uma área de grande empenho para a indústria, pois possibilita à criação de produtos e fragrâncias, levando em conta as emoções, sensações e estímulos que podem ser obtidos por meio dos óleos essenciais aliados às matérias primas e ingredientes acertaís (CORAZZA, 2002).

Segundo Monteiro (2013) quando indagamos sobre qual é o seu cheiro? Não é fácil defini-lo. Encontrá-lo então, pode se tornar missão elaborada. A variedade de fragrâncias distribuídas em milhares de frascos nos leva a um universo de opções. E a escolha deve ser criteriosa, porque ela vai falar sobre você. O farmacêutico e bioquímico Cesar Antônio Veiga, coordenador do Núcleo de Avaliação de Fragrâncias de O Boticário, assegura que o perfume serve como um meio de conversação invisível e silencioso entre os indivíduos. “Quando escolhemos uma fragrância, buscamos um meio para transmitir nossa personalidade, sentimentos e intenções”.

163

Para Hoare (2010), o sentido do olfato na vida das pessoas exerce um papel muito importante, que ao mesmo tempo em que é primitivo e aprimorado, oferece a subsídios fundamentais para a nossa saúde e sensação de bem-estar. A procura do mecanismo que energiza o nosso sentido do olfato e os sentimentos que ele esperta e envolve uma jornada fascinante ao centro do cérebro.

Ainda segundo Hoare (2010) a aromaterapia exerce poderosos efeitos na química e na fisiologia do corpo, demarca ainda que talvez os efeitos maiores sejam na disposição de ânimo e nas emoções, com o dia a dia, e a vida tão complexa que as pessoas levam.

Quando se conhece sobre o perfume pode auxiliar na escolha pessoal mais acertada com as características de cada pessoa, ou seja, o aumento de um perfume varia dependendo do público alvo e também do desígnio que se quer causar. (BARATA, 2006)

Ter um aroma no ambiente é um diferencial, mas sem tática não funciona, e isso costuma confundir a cabeça do público diante desta ferramenta. Já sabemos que a aromatização melhora o clima, ameniza odores ruins, e melhora os resultados de venda. Segundo a Revista Exame (2017) os principais critérios para se ter sucesso

em um projeto de marketing olfativo é alcançar algumas ideias como: O aroma para ser aceito e ser registrado de forma positiva na mente do consumidor, pode estar associado a decoração, isso quer dizer que o perfume tem que ter suas notas de acordo com as cores e o conceito do ambiente; o alargamento da fragrância deve ser feito por um especialista, que tenha know-how para adaptar-se os principais critérios de sucesso e trabalhar com o perfil olfativo e a composição química do perfume, o especialista é responsável por grande parte da estratégia da ação; a aromatização do ambiente tem que apresentar qualidade e deve ser estudada de forma profissional, de forma planejada, por equipamento eletrônico, adequada de gerar boa dispersão, de forma rápida e uniforme.

Kotler e Keller (2006) alegam que um dos fatores que pode induzir o cliente a compra é o fator psicológico, mas no sentido daquele produto ter a capacidade de oferecer certo status para quem o emprega. Schmitt (2000) no caso da emoção é aquele onde a marca torna-se parte do cliente, onde aquela experiência vai ser quase lembrada na história do consumidor, além do status, seria um vínculo ou mesmo parte essencial de sua própria existência.

164

O marketing olfativo dirige o uso de fragrâncias que agem nas reações emocionais dos seres humanos caracterizando se assim da aromaterapia que aposta mais nas reações físicas, indicando a importância em se trabalhar no limite mínimo da percepção humana para não provocar o efeito contrário (AROMA, 2004).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relação entre o que os perfumes têm sobre os seres humanos exerce um poder sobre a qualidade de vida, sobre as emoções, sobre o humor e a indústria percebeu que as emoções influenciam, buscando melhorar e investir nesta área.

Percebeu-se, também, o quanto a natureza é benéfica e imperceptível à riqueza da diversidade e da flora e da fauna nas famílias olfativas. Os óleos essenciais podem exercer um efeito benéfico não somente no corpo físico, mas no emocional e espiritual. Hoje são combatentes ao stress e fazem seu papel por meio do cheiro quanto na absorção.

Com os avanços da química, que antes era de forma rústica e de maneira natural, a perfumaria avançou proporcionando novas técnicas, novas combinações, o mercado se expandiu da relação que o perfume causa nas pessoas.

REFERÊNCIAS

AROMA de lucros no seu supermercado. Supermercado Moderno. São Paulo, ano 35, n.5, p.81- 83, mai. 2004.

ASHCAR, R. **Brasilelessência: a cultura do perfume**. São Paulo: Best Seller, 2001. 201 p.

BARATA, G. **Aromas da natureza são capturados e reconstituídos pela indústria do perfume**. Ciência e Cultura. São Paulo, v. 58, n.2, abr -jun. 2006. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo>. Acesso em: 22 abr. 2019.

BARROS. ALESSANDRO LUCAS NÓBREGA DE. **Análise de perfumes**. São Paulo, 2007. Disponível em: <http://arquivo.fmu.br/prodisc/farmacia/alnb.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2019.

BOTICARIO. **Material para pesquisa**. Portal O Boticário. Curitiba, 2005. Disponível em: <http://www.boticario.tv1.com.br>. Acesso em: 22 abr. 2019.

CORAZZA, Sonia. **Aromacologia: uma ciência de muitos cheiros**. Editora SENAC, 2002.

COOPER, S.; Jones, M.; & François, I. (2016). Analysis of allergens in perfumes, cosmetics and personal care products using ultraperformance convergence chromatography (UPC²) with MS Detection. Proceedings of Waters – the Science of what's possible. Disponível: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do>. Acesso em: 23 abr 2019.

COURSET, J.M; DEKINDT, P. **8000 miniatures de parfum: la cote internationale de l'échantillon ancien, moderne et contemporain**. [S.l.]: Milan, 2001. p. 57-130.

DIAS, Sandra Martins. SILVA Roberto Ribeiro da. Perfumes uma química inesquecível. QUÍMICA. **Nova na escola Perfumes**, n. 4, nov. 1996.

FASCINANTE. **Mundo dos perfumes**. São Paulo: Planeta, 1998. 5v.

GIL, Antônio Carlos, 1946- **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

FARRER-HALLS, Gill. **A bíblia da aromaterapia**: o guia definitivo para o uso terapêutico dos óleos essenciais. São Paulo: Pensamento, 2015.

HOARE, Joanna. **Guia Completo de Aromaterapia**: um curso estruturado para alcançar a excelência profissional. São Paulo: Pensamento, 2010.

JUTTEL, L.P. **A divina química das fragrâncias**. Revista Eletrônica de Jornalismo Científico. São Paulo, Set. 2007. Disponível em: <http://www.comciencia.br>. Acesso em: 22 abr. 2019.

KOTLER, Philip KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

MAIA, N.B. Viajando pelos sentidos. **Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**. São Paulo, set. 2007. Disponível em: <http://www.comciencia.br>. Acesso em: 19 abr. 2019.

MALUF, Samia. **Aromaterapia**: uma abordagem sistêmica. São Paulo, 2008.

MARQUES, O.M.; TOLEDO, R. Óleos essenciais... História e sua importância para a indústria de perfume. **Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**. São Paulo, set. 2007. Disponível em: <http://www.comciencia.br>. Acesso em: 19 abr. 2019.

166

MONTEIRO, Lilian. **Entenda como uma escolha expressa gostos pessoais e como frascos tão desejados carregam até valor cultural**. São Paulo, 2013.

MULLER, J.; HAMBURG; GERMANY, W. **The H & R Book of perfume**. London: Johnson, 1984. 160p.

MGA Press. Revista Exame. O que é marketing olfativo? Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/mgapress/o-que-e-marketing-olfativo/>. Acesso em 29 abr. 2019.

QUEST internacional. **Workshop I**. Jornal da Unicamp. Campinas, mai. 2006. Disponível em: <http://www.inova.rei.unicamp.br>. Acesso em: 18 abr. 2019.

REVISTA DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA DA BELEZA. **No mundo das fragrâncias**. São Paulo: Tecnopress, n.5, 2007. Mensal.

SILVA, Sandra Martins, Roberto R. da. Perfume: uma química inesquecível. **Química Nova** n.4, nov. 1996.

SCHMITT, Bernd H. **Marketing Experimental**. São Paulo: Nobel, 2001.

WEELS, F.V.; BILLOT, M. Historical and biographical. In: WEELS, F.V.; BILLOT, M. **Perfumery technology**. 2 ed. New York: Ellis Horwood, 1981. cap.2.