

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

**FERNANDA CALVENTE BAYAN**

**HISTÓRIA DA PERFUMARIA: uma pesquisa descritiva**

RIO DE JANEIRO

2019

**Fernanda Calvente Bayan**

**HISTÓRIA DA PERFUMARIA: uma pesquisa descritiva**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Farmácia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Farmácia.

Orientador (a): Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Mônica Freiman de Souza Ramos

Rio de Janeiro

2019

À minha querida vó, minha mãe e todos aqueles  
que me ouviram reclamando de cheiros por aí.  
Sem vocês, nada disso seria possível.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente, à Universidade pela oportunidade. Me sinto extremamente honrada por encerrar esse ciclo na UFRJ, que proporciona aprendizados que vão muito além da academia. Que seu espaço resista a todas as adversidades, pois só o ensino gratuito e de qualidade é capaz de mudar o país.

Agradeço a cada professor que cruzou comigo nessa jornada, desde minha formação básica no CEAT até os dias de hoje na faculdade. Mas gostaria de agradecer à um deles nomeadamente - a professora Monica. Escrever esse trabalho com a senhora, foi muito mais do que uma orientação, foi compartilhar uma paixão. Vivemos nesse quase 1 ano, uma trajetória cheia de cumplicidade e troca, mas acima de tudo, de muito aprendizado. Agradeço à professora não somente por cada palavra corrigida, mas por todo o entusiasmo e cada pequeno estímulo quando eu mesma não confiava. O prazer que tive ao escrever esse trabalho não seria o mesmo sem suas histórias e seu fascínio. Obrigada por me ensinar tanto.

Não menos importante, agradeço à três pessoas em especial – à minha mãe, que por mais clichê que seja, é minha base, que me possibilitou cada passo dessa longa caminhada; ao meu irmão, Daniel, meu maior orgulho e um dos meus grandes espelhos dessa vida; e ao meu companheiro de vida, Bruno, que trocou inúmeros finais de semana em casa me acompanhando no término desse trabalho. O meu mais sincero obrigada a vocês.

Agradeço também a toda minha família, meu pai, ao Rommert, meus tios, minhas primas e minha avó por todo incentivo; a todos os meus amigos e à toda minha equipe de trabalho. Vocês também foram substanciais nessa jornada e essenciais para que tudo desse certo.

Obrigada.

*Perfume is the art that makes memory speak*

*Francis Kurkdjian*

## RESUMO

A história da perfumaria ainda permanece obscura, podendo, talvez, nunca ser totalmente descoberta. Os indícios, porém, apontam que seu início teria sido no berço da humanidade, a África. Com uma trajetória de mais de 6.000 anos, o perfume permeou grande parte da própria história da humanidade, desempenhando um papel fundamental nos rituais e cerimônias, dada sua forte relação com a busca pelo divino, estando presente na Bíblia e nos sutras Hindus. Duas outras céleres atribuições históricas do perfume referem-se ao seu uso para fins medicinais e sua relação com a arte da sedução. O presente estudo teve como objetivo a realização de uma pesquisa descritiva da história da perfumaria, buscando relacionar seu impacto no desenvolvimento da indústria de cosméticos e higiene pessoal. Para seu desenvolvimento foi realizada uma pesquisa bibliográfica nas diferentes bases de dados: PubMed/ MEDLINE, Embase, Web Of Science e Cochrane Library, bem como em livros contudentes ao tema. Na estratégia de busca os termos “perfume”, “perfume (pharmacological action)”, “history” e “Brazil” foram combinados através dos operadores booleanos “AND” e “OR”, sem restrição de data ou de idioma. Como resultados foram encontrados 39 trabalhos sobre o tema, que englobaram diferentes povos da humanidade, como egípcios, mesopotâmicos, indos, hindus, chineses, árabes, cretenses, gregos e romanos, além de estar contida em toda a história de formação da Europa e do próprio Brasil. Maiores quantidades de registros foram encontradas para os egípcios, seguido dos romanos, europeus e gregos, respectivamente. O Brasil, por sua vez, foi abordado em apenas duas referências. O trabalho registrou a importância e a influência social e econômica que a perfumaria exerceu em várias civilizações ao redor do mundo, fato que não foi diferente no Brasil. Mesmo com poucas referências sobre a trajetória deste setor no país foi possível identificar uma curva contínua de crescimento, que tem se intensificado nas últimas décadas. Cabe ressaltar, que o setor de perfumaria fina nacional ascendendo fortemente, demonstrando não só o crescimento do número de profissionais brasileiros, mas também o seu amadurecimento, sendo um dos mais importantes setores dentro do mercado cosméticos, que ainda é fortemente representado pelo Velho Mundo.

**Palavras-chave:** perfume; história da perfumaria; perfumaria; Brasil

### CIP - Catalogação na Publicação

356h Bayan, Fernanda Calvente  
HISTÓRIA DA PERFUMARIA: uma pesquisa descritiva /  
Fernanda Calvente Bayan. -- Rio de Janeiro, 2019.  
93 f.

Orientador: Mônica Freiman de Souza Ramos.  
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Campus  
Macaé Professor Aloisio Teixeira, Bacharel em  
Farmácia, 2019.

1. Perfume. 2. História da perfumaria. 3.  
Perfumaria. 4. Brasil. I. Ramos, Mônica Freiman de  
Souza, orient. II. Título.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Incenso Kyphi.....	13
Figura 2 – Redução do olfato.....	14
Gráfico 1 – Idioma dos artigos.....	19
Figura 3 – Fluxograma do processo da busca bibliográfica.....	20
Gráfico 2 – Período histórico dos estudos.....	21
Gráfico 3 – Povos citados nos estudos.....	22
Gráfico 4 – Temática dos artigos excluídos.....	24
Figura 4 – Retratação antropomórfica de Nefertem.....	28
Figura 5 – Pintura dos “cones perfumados” egípcios.....	30
Figura 6 – Antigo tubo cosmético de Kohl.....	31
Figura 7 – Os sete óleos sagrados e seus equivalentes hieroglíficos.....	32
Figura 8 – Alabastro cretense em formato de mulher.....	44
Figura 9 – Estátua do espírito de adorno etrusco.....	45
Figura 10 – Potes em cerâmica da Grécia Antiga.....	46
Figura 11 – Nosegays.....	56
Figura 12 – Pomanders.....	57
Figura 13 – Ilustração do Fougère Royale.....	61
Figura 14 – Marilyn Monroe usando Chanel nº5.....	63
Figura 15 – Pirâmide olfativa.....	64
Figura 16 – Árvore olfativa.....	65
Figura 17 – Capa do jornal “O Pharol da Medicina.....	68
Figura 18 – Estampas do sabonete Eucalol.....	69
Figura 19 – Anúncio do sabonete Phebo.....	70
Figura 20 – Panfleto do Leite de Rosas.....	71
Figura 21 – Publicidade “Avon Chama”.....	74
Figura 22 – Fachada de “O Boticário”.....	75
Figura 23 – Logomarcas da Natura.....	77
Gráfico 5 – Balança comercial do setor de HPPC.....	79



## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Compilado do resultado da literatura de acordo com cada estratégia de pesquisa

Tabela 2 – Relação dos povos e suas principais contribuições na área de perfumaria

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>MÉTODO.....</b>	<b>16</b>
<b>3</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>18</b>
<b>4</b>	<b>DISCUSSÃO .....</b>	<b>25</b>
	EGÍPCIOS .....	26
	MESOPOTÂMICOS .....	33
	INDOS .....	36
	HINDUS .....	37
	CHINESES .....	39
	ÁRABES .....	40
	CRETENSES .....	43
	ETRUSCOS .....	44
	GREGOS .....	45
	ROMANOS .....	50
	EUROPEUS .....	53
	BRASILEIROS .....	65
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>83</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>85</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>86</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Sem um início preciso, a história da perfumaria ainda permanece incerta. Dado que seus vestígios são voláteis, é compreensível entender por que seu rastro ainda permanece obscuro. Diferentemente de todas as narrativas convencionais, talvez sua origem possa, simplesmente, nunca ser descoberta, já que os aromas evaporam e a fumaça desaparece (BUERA, 2013).

As primeiras evidências nos levam à África, berço da civilização, datadas por volta de 4000 a.C. Nesse período em que a humanidade deixava a pré-história e conquistava a escrita, os egípcios viviam o seu esplendor. A unificação desse povo propiciou uma organização política, social e religiosa em torno da figura do faraó, que era considerado encarnação divina. Ricos rituais e cerimônias religiosas eram feitos em adoração ao *Panteão egípcio*, onde os perfumes tinham um papel fundamental (ASHCAR, 2001). Madeiras, resinas aromáticas, especiarias, ervas e incensos eram queimadas durante essas celebrações em oferta aos deuses e na purificação dos altares, sendo os cheiros mais antigos em que se tem conhecimento (FERREIRA, 1993).

Assim, a busca pelo divino, que conhecidamente permeia a história da humanidade, também marca a história da perfumaria. Presente no Cântico dos Cânticos, no livro de Êxodo (30,1 e 2), no Novo Testamento (MIHINDUKULASURIYA, 2009; FERREIRA, 1993) e em diversas passagens da Bíblia Sagrada (Samuel 8:13; Ester 2:12-13; Judite 10:3), bem como em ritos hindus, orientais e cerimônias judaicas, o perfume era visto como um canal comunicativo entre o carnal e o sobrenatural. Acreditava-se que, assim, a alma poderia ser tocada e as nuvens de fumaça que emergiam aos céus, alcançariam suas divindades e as alimentaria. Daí a origem da palavra *perfume*, que deriva do latim *perfumum*, e significa “através da fumaça” (CLASSEN, 2002).

Contudo, não seria impensável supor que o início da perfumaria é muito mais remoto do que os registros indicam, podendo ser tão antiga quanto à história da humanidade. Retrocedendo aos tempos da pré-história, onde a percepção de aromas e cheiros era vital na luta de sobrevivência dos seres humanos, um olfato apurado

poderia ser decisivo na perpetuação da espécie, caça de animais, busca de alimentos e de abrigos, para alertar a presença de presas e predadores, para demarcar território e até para fins reprodutivos (NERY & ABREU, 2018). Desse modo, o mesmo homem primitivo que descobriu o fogo por acaso, pode também ter se deparado com as primeiras nuvens de fumaça aromáticas. Em *As Origens Da Perfumaria*, Ramon Planas Buera (2013) levanta essa hipótese de que, em um desses momentos que foram utilizadas madeiras, resinas, raízes e folhas para produzir fogo, algumas dessas matérias-primas poderiam ter emanado um aroma agradável. Para aquela época, imagina-se que a descoberta desses novos odores que emanavam da fogueira gerou tamanha surpresa, que só poderia ser atribuído a divindades e forças sobrenaturais. Tal pressuposição seria condizente à relação mística com o aroma daquela registrada séculos depois pelos egípcios, podendo ser até precursora.

Tanto nos fatos registrados, como na teoria acima, observa-se uma relação etérea do perfume, o qual é relacionado direta ou indiretamente, por conectar a psique humana com o poder divino (WILDWOOD, 1994). Esse vínculo do perfume com a eternidade pode ser evidenciado nos rituais de mumificação dos egípcios, pois misturas aromáticas (óleos) eram empregadas no embalsamento de mortos (ASHCAR, 2001).

Outra conhecida evidência que demonstra a potencial importância desses aromas na história refere-se ao seu vasto uso de fins medicinais. A exemplo, as práticas de defumação de enfermos podem ser citadas, além dos conhecidos poderes terapêuticos de substâncias milenares, como o *kyphi*, um dos mais famosos incensos egípcios. Além de seu poder aromático, também era empregado no tratamento de feridas, problemas de pele, no alívio da ansiedade, utilizado na fumigação ginecológica, no alívio da asma, para distensão abdominal e até como laxante. Mais uma vez, seria plausível enxergar algo místico nessa relação dos perfumes com a cura, tendo em vista que as próprias doenças eram pouco entendidas na época (YÉBENES, 2011).

Talvez, hoje, sua aplicação mais difundida, que também lhe conferiu grande protagonismo no passado, esteja relacionada ao seu atributo de “encantamento” e sedução. Sua possível pioneira, Cleópatra, era conhecida pelo uso profano dos perfumes, untando-se dos pés à cabeça, além de usar o *kyphi* em pontos estratégicos do corpo. Sua artimanha aromática mais ilustre concerne ao uso de fragrâncias de

rosas embebecendo as velas dos navios, exalando poder e sensualidade (PETROIANU, 2018). Esse momento, nas palavras do escritor Plutarco, foi descrito como “suaves e inebriantes ondas de perfume...”, sendo, inclusive, referido como arrebatador para o general romano Marco Antônio, célebre caso amoroso da rainha egípcia (BUTLER, 2000).

Figura 1 – Khypi: um dos mais famosos incensos egípcios e suas indicações medicinais na antiguidade



Fonte: Etsy

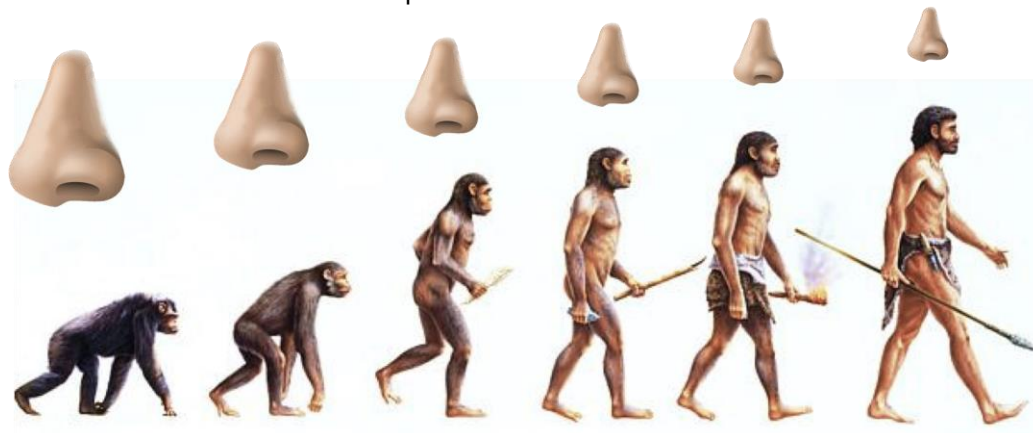
Este conhecido relato tem seu fundamento sustentado pela relação que o cheiro tem com a informação que chega ao córtex cerebral. Sabe-se que dentre os cinco sentidos, este é o que possui maior capacidade de reter informações. No entanto, fisiologicamente é o mais primitivo dos sentidos, pois possui ligação direta com o hipotálamo, não tendo acesso ao tálamo como todos os outros sentidos, estando, portanto, conectado diretamente à parte do cérebro que é responsável pela memória e pela emoção.

Esta relação olfato x emoção nem sempre foi bem compreendida e aceita pela humanidade. Acredita-se que durante o processo de evolução do homem para a

Modernidade, o ato de cheirar foi considerado como animalesco, e, por isso, inferior, a ponto de ser subjugado e marginalizado. Assim, afastar-se do olfato e dos cheiros era uma forma de se distinguir dos outros animais e de reafirmar a superioridade humana. Por conseguinte, era também um artifício para suprimir as emoções durante o processo civilizatório vigente, que não permitia mais ao homem moderno o conhecimento da própria sensibilidade. Esse distanciamento com os cheiros foi reforçado durante o processo de industrialização que condenou os odores naturais, considerando-os como repugnantes e socialmente inaceitáveis. Nessa época, campanhas publicitárias divulgavam a importância de mascará-los com aromas artificiais presentes nos produtos industrializados de higiene pessoal. Com isso, suprimiam, aos poucos, a condição natural do corpo, dificultando na identificação dos odores fisiológicos (RIBEIRO & SANTOS, 2018; NERY & ABREU, 2018).

Como consequência de todo esse isolamento do olfato ao longo da história, estudos supõem que a capacidade olfativa na idade da pedra era infinitamente superior se comparada com a aptidão atual, já que a percepção dos cheiros se tornou, hoje, algo secundário (MYKYTOWYCZ, 1985). De acordo com evidências sobre a evolução olfativa, essa menor dependência do cheiro ao longo do tempo ocasionou mutações e perda da função de certos genes. Os seres humanos, por exemplo, ainda que possuam cerca de 800 genes relacionados aos receptores olfativos, menos da metade destes aparenta ser funcional (GUIMARÃES, 2009).

Figura 2 – Ilustração em alusão à perda da capacidade olfativa pelo homem ao longo do processo evolutivo



Fonte: Autora

Com isso, ao analisar o perfume somente sob o vértice da emoção ele aparenta ser figurante na história da humanidade, pois foi sempre empregado para omitir os “maus odores”. No entanto, será que seu papel foi realmente apenas decorativo? Qual sua importância no decorrer dos fatos para a humanidade? Teria esse elemento algum impacto na nossa história? O que mudou durante sua trajetória, partindo de uma relação tão forte em rituais religiosos e fins medicinais no passado, evidenciando-se hoje essencialmente como um cosmético? E qual seria sua relevância no mundo atual?

Diante deste relato, o presente trabalho tem como objetivo uma pesquisa descritiva da história da perfumaria, buscando relacionar seu impacto no desenvolvimento da indústria de cosméticos e higiene pessoal.

## 2. MÉTODO

A pesquisa bibliográfica foi realizada utilizando quatro bases de dados, sendo elas *PubMed (MEDLINE)*, *Cochrane Library*, *Scopus* e *Embase*, as quais foram consultadas até maio de 2019. Livros acerca da presente temática também foram incluídos.

Para tal, a estratégia de busca incluiu termos e sinônimos MeSH, adaptando a pesquisa de acordo com cada uma das bases utilizadas. Como artifício para manter a busca fidedigna, foi empregado o vocabulário controlado multilíngue DeCS ([www.decsbvs.com.br](http://www.decsbvs.com.br)), criado pela BIREME, o qual é compatível com o termo MeSH do MEDLINE/ Pubmed. Os termos incorporados foram “perfume”, “perfume (pharmacological action)”, e “história”, tendo em vista que o presente trabalho tinha como objetivo delinear uma busca acerca do percurso histórico da perfumaria. Para combinação das palavras, recorreu-se aos operadores booleanos “AND” e “OR”. Com o intuito de não delimitar a busca em um primeiro momento e obter o máximo de referências consonantes ao tema, não houve restrição de idioma, nem de data. Todo o processo foi orientado por um bibliotecário especialista de estratégia de busca.

Após determinação das chaves que foram utilizadas em cada um dos bancos de dados supracitados, dois revisores avaliaram os títulos e resumos de forma independente, a fim de fazer uma identificação primária dos estudos que atenderam ou não os critérios determinados anteriormente, verificando se a temática dizia respeito sobre a história da perfumaria. A quantidade de artigos ponderados em cada uma das bases de dados foi sumarizada em uma tabela, a fim de compreender os impactos das diferentes estratégias na busca. Aqueles que estavam contidos em mais de uma base de dados tiveram suas replicatas desconsideradas, de modo que fossem inclusos apenas uma vez. Ademais, também foi realizado uma busca das referências secundárias, através de uma análise manual criteriosa das referências citadas pelos estudos previamente considerados.

Ao final, os arquivos pré-selecionados foram avaliados integralmente para ratificar a triagem para inclusão ou exclusão no presente trabalho. Deve-se salientar



que a eliminação só foi procedida quando foi identificado um motivo plausível para tal, o qual foi devidamente justificado.

Todo esse processo de busca e elegibilidade de artigos foi demonstrada em um fluxograma para melhor ilustração de cada uma das etapas, discernindo a quantidade de estudos englobados em cada uma delas.

### 3. RESULTADOS

As pesquisas realizadas nas bases de dados abrangeram um total de 500 referências, das quais 364 registros foram remanescentes após remoção das duplicatas. A tabela 1 sumariza a quantidade de artigos encontrados de acordo com cada uma das estratégias de busca utilizadas.

Tabela 1 – Compilado do resultado da literatura de acordo com cada estratégia de pesquisa.

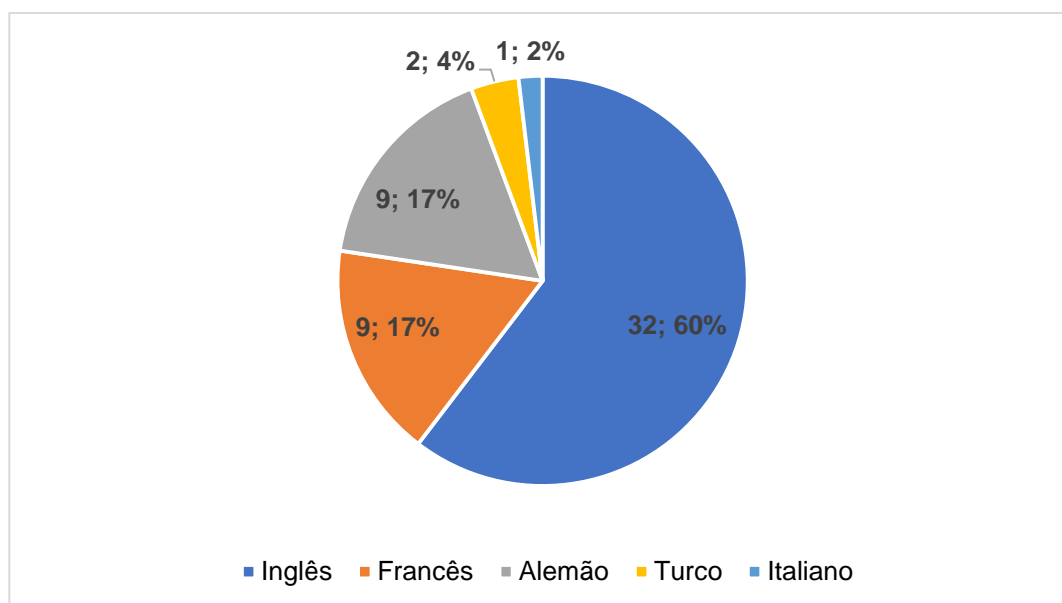
Base de Dados	Estratégia de busca	Totalidade de artigos	Data
PubMed	#1 “Perfume/History” [MeSh]	17	10/05/2019
	#2 (Perfume [Pharmacological Action] or Perfume [MeSh] or Perfume [Tiab]) and (History [Mh] or History [Tiab])	127	
Embase	#1 perfume:ab,ti AND history:ab,ti	77	
	#2 ('perfume'/exp OR perfume) AND ('history'/exp OR history)	187	
Cochrane Library	#1 perfume and history in Title Abstract Keyword	16	
Scopus	#1 TÍTULO:(perfume) AND TÍTULO: (history)	5	
	#2 TÓPICO:(perfume) AND TÓPICO: (history)	154	

De acordo com os resultados contemplados nas pesquisas de cada uma das bases de dados foi constatado um número significativamente menor de estudos quando a estratégia de busca foi mais específica (#1), com ambos os termos utilizados como descritor MeSh. Em contraponto, quando foi recorrido a uma chave mais abrangente (#2), de modo a buscar as palavras contidas em títulos e resumos, muitas referências englobadas não condiziam ao tema de interesse do presente trabalho, sendo a maioria desconsiderada e excluída. Com isso, o número de artigos foi restrito, tornando-se uma questão limitadora para o desenvolvimento do compilado. Diante disso, para este trabalho, optou-se pelas pesquisas que gerassem resultados maiores (#2).

Após triagem primária do título e *abstract* foram incluídos 69 artigos para leitura integral a fim de verificar se realmente eram elegíveis. Deve-se salientar, todavia, que 17 desses não foram obtidos na íntegra, mesmo após vasta procura na literatura científica, além de dispendiosa inspeção nos próprios repositórios das revistas (*journal*)

do respectivo artigo. Outro aspecto a ser destacado diz respeito ao idioma da literatura encontrada, na qual 40% dos artigos de interesse estava em outro idioma que não inglês, havendo alguns estudos em alemão, outros em francês, em italiano e até em turco, conforme ilustrado no gráfico 1.

Gráfico 1 – Representação numérica e percentual do idioma dos artigos selecionados na busca bibliográfica

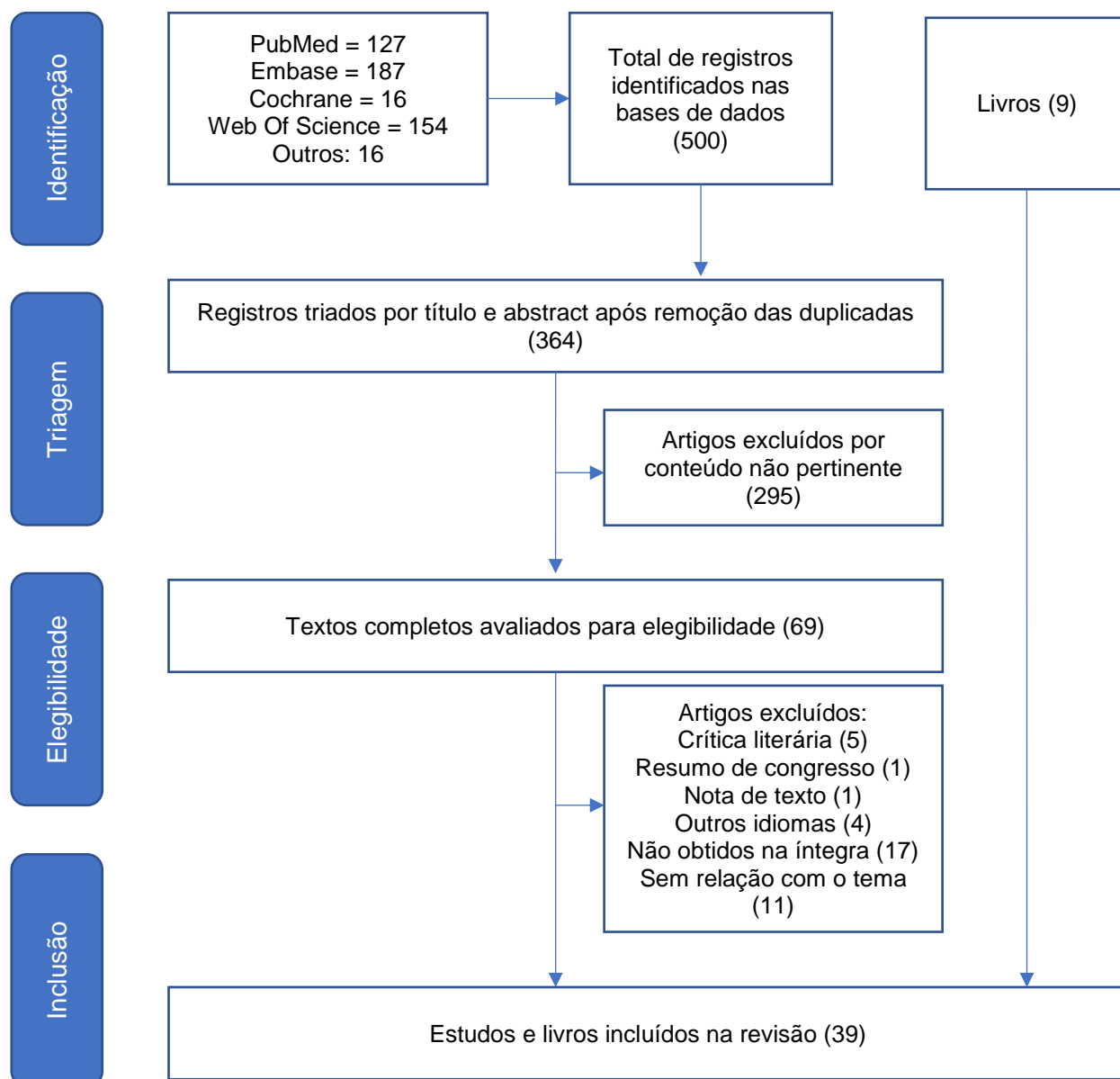


Desta forma, a compreensão desses, por vezes, ficou prejudicada, além de dificultar a localização desses documentos na íntegra. Salienta-se que tais adversidades foram encontradas nas diferentes bases de dados utilizadas, sendo entendida como uma limitação da temática selecionada.

Dos artigos remanescentes, após leitura integral dos artigos, 5 foram excluídos por consistirem em críticas literárias, 1 por se tratar de um resumo de congresso, 1 por consistir em uma nota de texto, 4 por estarem em outras línguas estrangeiras e 11 por não possuírem relação com o tema central do trabalho. Por fim, apenas 30 artigos tinham estrita relação com a temática, sendo esses utilizados na discussão deste trabalho, além de 9 livros contundentes ao tema.

O fluxograma abaixo (figura 3) ilustra o processo de seleção da literatura, apresentando de forma estratificada os resultados quantitativos de cada etapa do processo, desde a busca bibliográfica até a inclusão dos estudos.

Figura 3 – Fluxograma quantitativo do processo de seleção da busca bibliográfica



Fonte: Autora

Desses, uma análise criteriosa foi realizada a fim de estratificar o tempo histórico abordado, sendo divididos em “história antiga” e “história moderna”, além de uma

classificação de acordo com o(s) povo(s) estudado(s) por cada um dos estudos. Estes resultados foram apresentados graficamente abaixo (gráfico 2 e 3). Nessa análise também foi considerada a relação do artigo com alguma substância específica e/ou perfume. O mesmo foi procedido nos livros. Deve-se acrescentar que, para tal processo, algumas referências foram englobadas em mais de um campo, por abordarem mais de um tema. Com isso, foi constatado que, dos 39 englobados, 16 (39%) remontam estritamente a história antiga, 14 (34%) a história moderna, enquanto 11 (27%) referiam-se a ambos.

Gráfico 2 – Representação da distribuição das referências contempladas na busca bibliográfica quanto ao período histórico.

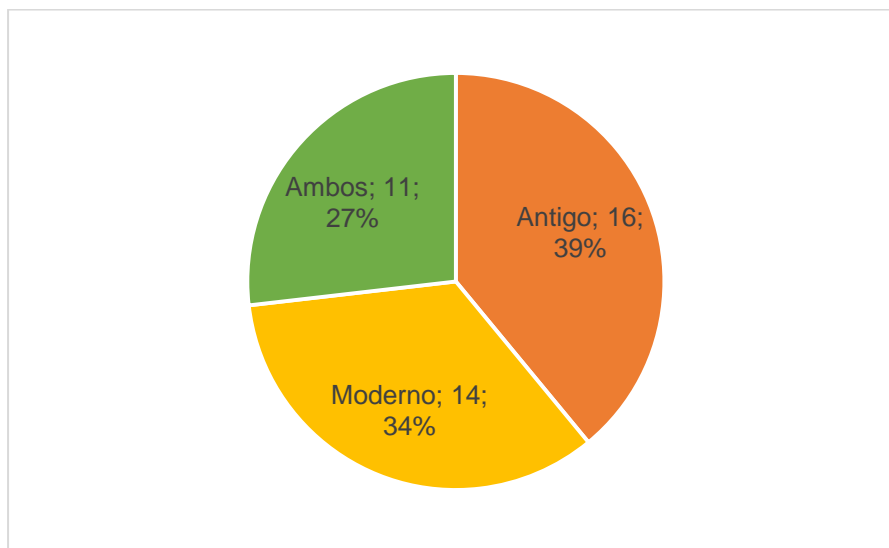
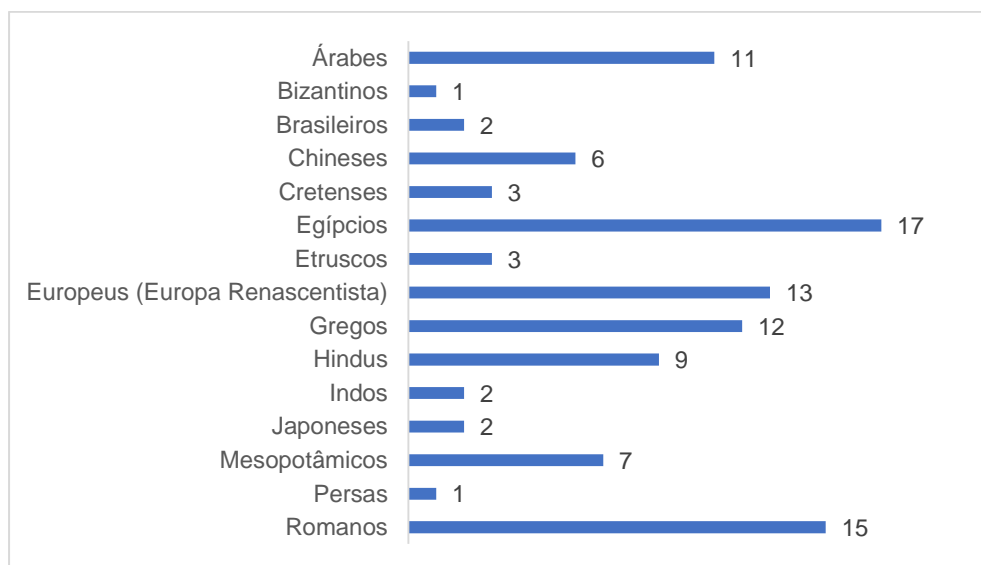


Gráfico 3 – Representação quantitativa das referências bibliográficas de acordo com os povos citados nos estudos.



No gráfico acima pode-se observar que os egípcios foram os mais mencionados, havendo 17 referências com informações sobre essa civilização, o que significa que quase metade da literatura englobada possuía algum dado sobre esse povo. Em seguida, destacam-se os romanos (15), europeus (Europa renascentista) (13), gregos (12) e árabes (11), respectivamente. Em menor proporção, aparecem-se os hindus (9), mesopotâmicos (7) e chineses (6). Os demais foram substancialmente menos citados, estando contemplados em menos de 3 materiais. Deve-se enfatizar que o Brasil foi explorado em apenas 2 trabalhos, sendo um deles apenas uma pequena menção, e não uma análise profunda sobre sua história.

Quanto às substâncias abordadas, não foi verificado um denominador comum entre eles, de modo que fosse válido agrupá-los, visto que a maioria dos trabalhos tratava sobre temas diversos. Pontuamos, porém, que aquelas mais mencionadas como tema específico foram o sândalo com 4 referências, seguido das especiarias e cânfora, cada uma com 2 referências, enquanto *Frankincense*, mirra, ambergris e agarwood apresentaram apenas um único material próprio.

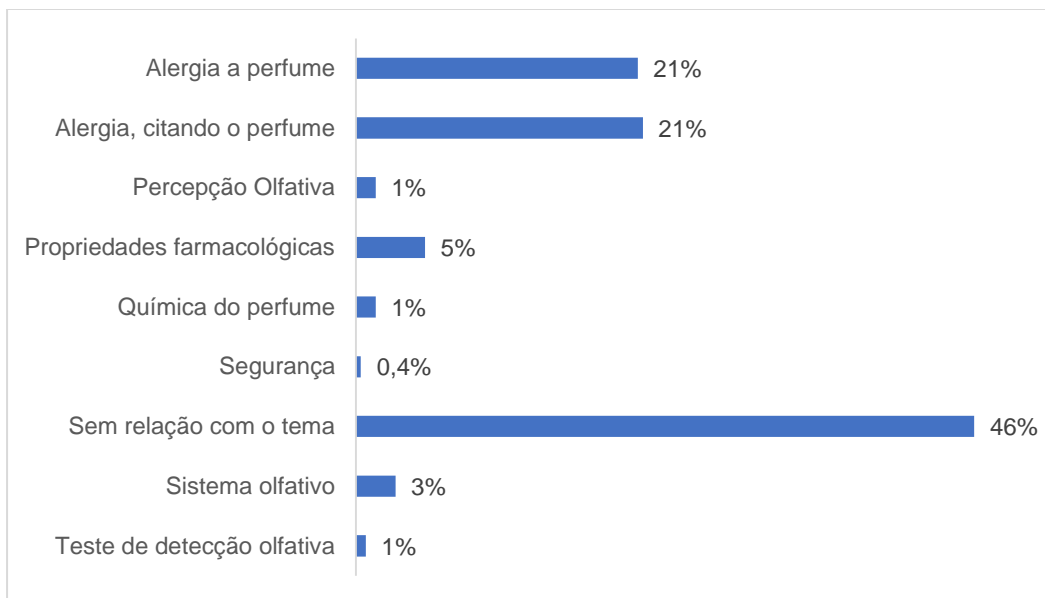
Além disso, foi realizado uma análise buscando relacionar os povos e suas principais contribuições na área da perfumaria ao longo do processo histórico, como demonstrado na Tabela 2.

Tabela 2- Relação dos povos e suas principais contribuições na área de perfumaria.

<b>Povos</b>	<b>Principais contribuições</b>
Egípcios	Rituais religiosos, higiene e embelezamento
Mesopotâmicos	Fins medicinais, cultos religiosos, métodos de extração
Índios	Relações comerciais
Hindus	Rituais religiosos, fins medicinais, higiene e embelezamento
Chineses	Fins medicinais e rotas comerciais desenvolvidas
Árabes	Disseminação, relações comerciais, invento da serpentina de resfriamento e do alambique
Cretenses	Relações comerciais e ritos religiosos
Etruscos	Uso pessoal e relações comerciais
Gregos	Sentido de beleza e estética, forma dos frascos para misturas aromáticas; dissociação da cosmética e medicina com a superstição
Romanos	Expansão geográfica e popularização em todas as classes sociais. Registros dos primeiros profissionais ( <i>unguentarii</i> )
Europeus	Expansão marítima (trocas comerciais), desenvolvimento do processo de destilação (importante marco para perfumaria fina)

Todos os artigos cujos títulos e abstract não foram relacionados ao tema dessa revisão foram excluídos durante a triagem de elegibilidade. A discrepância entre o número de artigos identificados na pesquisa inicial e os incluídos deve-se ao fato de que a maioria não condizia com o tema de interesse - história da perfumaria. Buscando entender para onde a comunidade científica progrediu, também foi analisado todo conteúdo rejeitado. Com isso, observou-se que cerca de metade do conteúdo não possuía relação alguma com a temática desejada, 21% abordava sobre alergia a perfume ou algum componente dele e outros 21% também tinham relação com alergia, mas apenas citavam o perfume como um dos componentes alérgenos, não sendo especificamente o tema principal. Outros assuntos que aparecerem em menor proporção podem ser verificados no gráfico 4.

Gráfico 4 – Representação percentual das temáticas dos artigos excluídos na etapa de elegibilidade da pesquisa.





#### 4. DISCUSSÃO

Com relação a origem da perfumaria, poucos foram os artigos contundentes à essa temática. Somado a isso, notou-se que as informações disponíveis na literatura divergem consideravelmente tanto na localização exata, quanto numa data de início. De acordo com Chaudri & Jain (2009), desde 10.000 a.C., no Egito, homens e mulheres usavam óleos e pomadas perfumadas para limpar, amaciar e mascarar o odor da pele. O Egito Antigo também é referido em outros trabalhos, como em Lucca (2010), porém, para a autora, seu marco inicial remontaria a 3000 a.C. Balasubramanian (2015), por outro lado, aponta que a origem seria no antigo Oriente, na Mesopotâmia, por volta de 4000 a.C. Contudo, no mesmo trabalho, o autor também relata registros do uso de substâncias aromáticas no Egito datadas de 4500 a.C, contradizendo a si mesmo. Esse início na Mesopotâmia é corroborado por outros autores, como Buera (2013) e Gottfried (2011) que afirmam que as primeiras provas literárias da utilização e elaboração de perfumes saíram da Suméria e, posteriormente, teriam viajado para o Egito. Já para Lopez-Sampson (2018), o registro mais antigo do uso de aromáticos vegetais seria encontrado nos quatro Vedas da Índia antiga, de 1500 a.C., que possuem descrições do uso sofisticado de aromáticos.

Essa discrepância nos dados é explicada, principalmente, por dois motivos. O primeiro deles refere-se aos rastros dos aromas primitivos presumidamente utilizados por homens e mulheres em tempos ancestrais. Dado à volatilidade de seus componentes, os perfumes não deixaram vestígios materiais que possibilitassem a localização de sua origem. A cosmética, por exemplo, historicamente, empregou componentes minerais que, por perdurarem no tempo, são de fácil rastreabilidade, o que permite sua delimitação graças a artifícios da arqueologia. Como o cheiro evapora e a fumaça desaparece, a perfumaria possui uma particularidade que nos leva a crer que talvez essas lacunas possam nunca ser sanadas (BUERA, 2013). Não obstante, os relatos também indicam que pequenos frascos e utensílios que eram utilizados na perfumaria antiga, também eram usados em cosméticos e medicamentos, o que poderia contribuir ainda mais na dificuldade distinção desses escombros (OLSON, 2009 apud DAY, 2013 p.5813). Conforme se retrocede no tempo, fica cada vez mais difícil

diferenciar o uso de óleos, óleos perfumados, perfumes e fragrâncias para fins espirituais e farmacológicos (BALASUBRAMANIAN, 2015). Contudo, para William A. Poucher (2012) se fosse possível retornar no tempo a um período suficientemente remoto, poder-se-ia descobrir que a narrativa da perfumaria teve seu começo com os Atlantes, por volta de 23.000 anos. De acordo com o autor, acredita-se que essa sub-raça tenha sido conhecedora dos cosméticos, entre eles a perfumaria.

Com tantos hiatos e suposições, provavelmente a explicação mais abrangente e mais plausível seja a de Charles Sell (2006), em seu livro *The Chemistry of Fragrances: From Perfumer to Consumer*, sugerindo que as grandes civilizações do Nilo no Egito, da Mesopotâmia (entre os rios Tigre e Eufrates), do vale Hwang-Ho na China e do vale do Indo teriam surgido de forma sincrônica, todas por volta de 4000 e 2000 a.C. Com elas nasceram grandes conhecimentos ao longo dos séculos, como o álcool, vidro e os aromas, e o uso de fragrâncias teria se desenvolvido nesses quatro grandes centros culturais. Dessa forma, de acordo com o autor, a perfumaria não possuiria um início preciso, mas seria uma ciência difusa por essas grandes civilizações.

Buera (2013), por outro lado, relembra que, enquanto a grande maioria dos povos eram primitivos, no Egito Antigo florescia uma civilização requintada e refinada. O esplendor egípcio se deu por volta de 3000 a.C., período em que houve sua unificação e foi fundada a primeira dinastia pelo faraó Menés. Graças a isso, seus restos arqueológicos eram suntuosos, o que possibilitaram conhecer grande parte dessa história, de sua organização política e econômica, crenças religiosas, filosofias de vida e morte, além de seus costumes cotidianos, sendo, possivelmente, a civilização da humanidade com maior quantidade de registros históricos. Tal fato vai ao encontro de uma parcela de artigos sobre esse povo durante a pesquisa realizada e ilustrada no gráfico 3, que totalizam quase 50% do montante.

Por mais que não se saiba quando começou o costume de perfumar-se, a natureza religiosa dos perfumes no Egito antigo fica evidente a partir da nomenclatura usada pelos mesmos, que se referiam aos perfumes como a “fragrância dos deuses”, indicando que eram originalmente oferecidos às divindades, como um sinal de veneração, apelo ou em agradecimento (FORBES, 1955 apud BYL, 2012). Não somente, os primeiros perfumes, obtidos de madeiras e resinas perfumadas, também

eram ofertados ao faraó, também visto como uma figura divina, devido seu antepassado mítico com o deus Hórus – deus dos céus e dos vivos (BUERA, 2013). Dentre os indícios que fundamentam essa hipótese, a incompreensão sobre o cheiro e sua consequente relação com os deuses, os inúmeros frascos associados a perfumes que foram encontrados intactos e os queimadores de incenso com longos cabos descobertos em pirâmides do Reino Antigo que eram utilizados como oferendas em rituais podem ser citados. Análises cromatográficas desses artefatos identificaram presença de gomas, resinas e materiais vegetais (D'AURIA, 1988 apud BALASUBRAMANIAN, 2015, p.234). Assim, considerava-se que o emprego dos perfumes era para alcançar a perfeição espiritual, aprimorando aspectos físicos, emocionais e mentais da existência humana, aperfeiçoando o funcionamento do corpo (CHAUDHRI, 2009).

A crença egípcia era tamanha que possuíam um Deus do Perfume, Nefertem (ou Nefertum, figura 4). Apesar de não ter começado sua trajetória mítica como um Deus, sua lenda e a associação com a flor de nenúfar, altamente aromática e possivelmente narcótica, lhe tornou representação divina do perfume (GOTTFRIED, 2011). Um papiro datado do período ptolomaico (305 a.C. – 30 a.C.), apresenta Nefertem não só como um membro da tríade de Mênfis<sup>1</sup>, mas também conectando-o ao deus sol Rá (ou Ré) e Heliópolis – “Heliópolis é o nome do templo de Nefertem”. De acordo com a mitologia, uma gigante flor de lótus azul perfumada surgira pela primeira vez nas águas primitivas de Heliópolis e se transformou na forma de uma criança com uma coroa de ureu<sup>2</sup> na cabeça. Conforme o papiro, sobre ele “o sol nasceu”, referindo-se ao deus do sol Rá. Nefertem, portanto, simboliza o início da criação e a encarnação do deus Rá ao amanhecer. Alguns interpretam o mito de modo que Nefertem seria o deus Rá antes de amadurecer, sendo também uma metáfora para os primeiros raios do nascer do sol. Essa conexão entre Rá, a flor e Nefertem, é refletida nos Textos da Pirâmide, onde esse último é chamado de “a flor de lótus que está diante do nariz de Rá”, mostrando sua incipiente conexão com o perfume (BYL, 2012).

---

<sup>1</sup> Mênfis era a capital do Egito no antigo Império, conhecida por suas fortificações. A tríade de Mênfis era formada por Ptah, deus principal, sua esposa Sekhmet, deusa cabeça de leão, e seu filho Nefertem (FERREIRA, 2016)

<sup>2</sup> adorno em forma de serpente usado nas coroas de deuses e faraós do Antigo Egito como símbolo de soberania

Figura 4 – Retratação antropomórfica de Nefertem ou Nefertum, Deus dos perfumes, com a flor de lótus na cabeça no túmulo do rei Horemheb da 18ª Dinastia do Novo Reino



Fonte: BYL, 2012

O deus Rá, por sua vez, também possuía forte correlação com os aromas. Conhecido como “Deus do Sol”, era considerado “*fonte de todo o cheiro*”. Heliópolis, a cidade do sol, queimava resinas pela manhã, mirra ao meio-dia e *kyphi* ao pôr do Sol em homenagem ao seu Deus (CHAUDHRI, 2009; BUTLER, 2000).

Esse último composto, a propósito, foi uma das mais famosas e mais bem documentadas fragrâncias egípcias. Sua primeira citação, de acordo com a egiptóloga Lise Manniche, foi nos Textos das Pirâmides de Una, sendo mencionado como um dos itens necessários para tornar agradável a vida após a morte, porém também foi usado como remédio para o tratamento de diversas doenças (MANNICHE, 1999 apud BYL, 2012, p.108). Com diferentes receitas existentes, o *kyphi* era uma mistura de componentes, preparado a partir de cascas perfumadas, resinas, especiarias, óleos e plantas (BALASUBRAMANIAN, 2015). Manniche narra que uma delas era descrita num ensaio datado do ano 200 d.C., obtida a partir de um pergaminho escrito pelo médico ateniense Damócrates, vivido séculos antes. Esse último, por sua vez, teria a recebido de outro médico grego chamado Rufus de Éfeso, que viveu por volta de 50 d.C. e acompanhava o profissional da área mais conceituado do Império Romano - Galeno. Outra conhecida receita é de Plutarco, historiador e filósofo grego, que conseguiu obter

acesso a um hieróglifo no templo de Edfu<sup>3</sup> em uma visita ao Egito, escrito pelo historiador grego Mâneton (sec. III a.C.) e cujo título era “*Sobre a preparação de materiais kyphi*” (MANNICHE, 1999 apud BYL, 2012, p.109). Nesta, que foi uma das receitas mais difundida, a composição continha mel, vinho, mirra, passas, zimbros, folhas de figueira, trevo, cardamomo, menta e outras substâncias (BALASUBRAMANIAN, 2015). Grandes quantidades de incenso de *kyphi* eram queimadas nos templos egípcios e indícios contam que poderia provocar sonolência, aliviar ansiedades, aumentar o sonho, eliminar a tristeza, dentre outras propriedades (CHAUDHRI, 2009; YÉBENES, 2011). Segundo Plutarco, “seu aroma nos produz um doce sonho, apazigua a ansiedade e embeleza nossos sonhos”. Ainda para o filósofo, ele era “feito de certos ingredientes que nos deliciam à noite” (BUERA, 2013, p.36).

No que tange ao uso pessoal, um dos primeiros registros em papiros e pinturas refere-se aos cones de cera egípcios (Figura 5). Nas festas, mulheres aristocratas recebiam um cone para colocar na cabeça para que derretesse gradualmente com o calor do sol e, assim, proporcionava uma fragrância agradável às perucas (GOTTFRIED, 2011). A análise de hieróglifos revelou que os egípcios costumavam preparar esses cones pelo método de *enfleurage*, onde uma fonte natural de fragrância, como flor, era colocada em gordura purificada sob a luz do sol durante certo período de dias. O processo permitia que os óleos essenciais presentes no material se difundissem, penetrando na gordura, a qual era derretida e filtrada para obter o óleo. A escolha da substância utilizada variava de acordo com a natureza da aplicação, por exemplo, para preparação desses cones, era utilizado cera de abelha como base (BALASUBRAMANIAN, 2015). No Instituto Oriental de Chicago há uma pintura de um túmulo de 1100 a.C., ilustrando uma figura feminina com esses cones na cabeça (BUTLER, 2000). Acredita-se que esse sistema tão singular de se perfumar não se perpetuou para outros povos devido ao desaparecimento do costume de usar perucas (BUERA, 2013).

---

<sup>3</sup> Edfu é uma cidade egípcia localizada no lado ocidental do Nilo, entre Esna e Assuã, cujo templo é um dos mais maiores e mais bem conservados do Egito, sendo uma homenagem ao Deus Hórus.

Figura 5 – Antiga pintura egípcia de mulheres com os cones de unguento na cabeça, conhecidos como “cones perfumados”



Fonte: Pinterest

A evolução do uso de óleos essenciais para fins cotidianos no Egito decorreu das condições geográficas que prevaleciam nas regiões do Delta do Nilo. Com isso, seu uso rapidamente se difundiu para o cotidiano, com intuito de evitar o ressecamento da pele devido ao clima severo da região. Isso fica explícito nos papiros das *Máximas de Ptah-Hotep*, um vizir<sup>4</sup> da quinta dinastia (aproximadamente 2414 - 2375 a.C.), que ao mencionar "os óleos são o remédio do corpo" atestou seu uso para fins medicinais naquela época. Por volta da sexta dinastia (2300 a.C.), o uso de óleos perfumados para adorno pessoal aumentou e cosméticos viraram uma parte inerente da saúde e higiene egípcia (BRUSCH-BEY, 1878 apud BALASUBRAMANIAN, 2015, p.233-234). Orgulhosos com sua aparência e limpeza, eram conhecidos como o povo mais limpo da antiguidade, onde o perfume tinha fundamental importância (CHAUDHRI, 2009). Alguns exemplos da época são as salas para banho masculino e para unção do cabelo e do corpo com pomadas e óleos, que cultivavam hábitos de tomar banho diariamente, independente da classe social (ASHCAR, 2001). Na exploração dos restos arqueológicos da pirâmide de Gizeh, atribuídos à rainha Hetepheres (27 a.C.), dentre seus artefatos, havia uma caixa de produto de higiene pessoal, com 8 potes de

<sup>4</sup> mais alto funcionário do Antigo Egito que servia ao faraó

alabastro, onde 7 deles haviam pomadas perfumadas tradicionais e o último, *kohl* – substância preta utilizada para pintura das sobrancelhas. O conteúdo se encontra hoje no Museu do Cairo (BUTLER, 2000).

Figura 6 – Antigo tubo cosmético árabe para guardar *Kohl*, datado de 800-500 a.C.



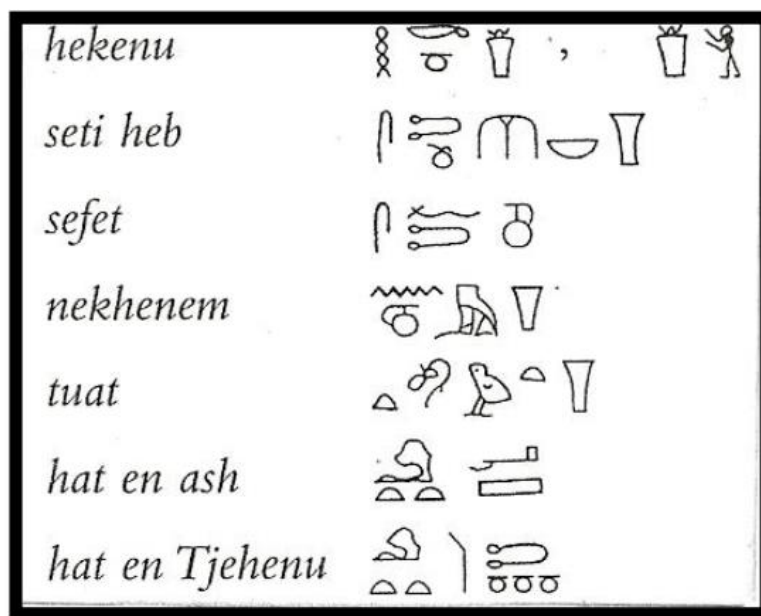
Fonte: Wikipédia

Os antigos egípcios não se preocupavam apenas com os odores da vida cotidiana e, assim, outro importante papel da perfumaria foi na mumificação dos cadáveres. Óleos perfumados, resinas e unguentos foram amplamente utilizados no processo funerário, desde o início do período dinástico até tempos cristãos (BUTLER, 2000). Segundo tradições egípcias, foi Anúbis, o deus dos mortos e moribundos, quem ensinou essa técnica de preservação dos mortos. Acreditava-se que corpo precisava ser conservado depois da morte para que o “Pássaro Alma” – *ba* – abandonasse o corpo no momento de morrer e pudesse reencarnar, prosseguindo a vida (BUERA, 2013). Para seus ritos, “sete óleos sagrados” eram usados, conhecidos pelos antigos egípcios como “*mrht*”, uma palavra genérica para qualquer tipo de óleo vegetal ou



gordura animal, aplicado também para misturas perfumadas. Sua fórmula permaneceu a mesma por milênios, sendo eles: (1) “Aroma de Festival” (*Seti heb*), (2) *Heneku*, (3) “óleo de abeto” (*Sefet*), (4) *Nesmen*, (5) *Tua*, (6) “melhor abeto” (*Hat-en-ash*) (7) óleo de *Libia* (*Hat-en-tjehenu*). A figura 7 ilustra os equivalentes hieroglíficos dos setes óleos sagrados, de acordo com Manniche (MANNICHE, 1999 apud BYL, 2012, p.116). Eventualmente, mais 3 óleos/ unguentos sagrados foram adicionados, segundo receitas encontradas no laboratório de perfumes no templo de Hórus em Edfu - bálsamo sírio (*Madjet*), óleo de moringa e mirra, sendo essa última importada pelos egípcios de Punt<sup>5</sup>. Cada um tinha seu próprio significado e acompanhariam *ba* na viagem para a nova vida no mundo. Os egípcios acreditavam que esse renascimento só poderia ser alcançado através do favor divino, e não através das ofertas tradicionais de alimentos, crença que também se refletia na decoração das tumbas desse período (BYL, 2012).

Figura 7 – Os sete óleos sagrados e seus equivalentes hieroglíficos



Fonte: BYL, 2012

A partir dos séculos III e IV d.C., foram desenvolvidos métodos de embalsamamento altamente bem-sucedidos, onde as cavidades do corpo eram

<sup>5</sup> Nome que os antigos egípcios davam a uma região da África Oriental, porém a localização exata não foi identificada até o momento, sendo muito provavelmente associada a região costeira próxima ao mar vermelho, que hoje é o norte da Somália



esvaziadas, dessecadas com natron seco (um sal natural formado de carbonato de sódio e cloreto ou sulfato de sódio) e preenchidas com panos de linho embebidos em resinas e óleos fragrantes. Tais dados são ratificados através de análises químicas dos locais de sepultamento. O processo de embalsamento declinou a partir da 22ª dinastia, perdurando até tempos romanos na era cristã, quando caiu em desuso (CHAUDHRI, 2009; BUTLER, 2000).

Com seu enorme prestígio, não era de se esperar que qualquer um fosse apto na fabricação desses componentes, que era restrita aos sacerdotes locais, desencadeando num monopólio que durou anos (BUERA, 2013). Somado a isso, as civilizações vizinhas eram vistas como primitivas, hostis, espiritualmente inaptas, imaturas para usar óleos, centralizando ainda mais esse conhecimento (CHAUDHRI, 2009).

Assim, a história da perfumaria no Egito é marcada por uma dualidade entre vida e morte, mas que tem como alicerce essa relação etérea que o aroma provoca. Esse fascínio e encantamento por trás, também semeou o uso dessas substâncias balsâmicas na arte de sedução. Do que é conhecido, Cleópatra é sua maior protagonista, cujas famosas aventuras foram narradas por Plutarco. Amante dos perfumes que utiliza *kyphi* em pontos estratégicos do corpo, a rainha conquistou o general romano Marco Antonio, e uma promessa de aliança com Roma, através de sua alquimia. De acordo com o escritor, “suaves e inebriantes ondas de perfume” vindas de seus barcos impregnados de odor de rosas atravessaram o Mediterrâneo para encontro de seu amado (BUTLER, 2000; PETROIANU, 2018).

Enquanto o Egito possui um enredo farto, cheio de detalhes, registros históricos de outros povos foram mais restritos, sendo encontrado apenas um único artigo específico que narrasse sobre o povo Sumério e algumas informações disponíveis em 4 dos 7 livros incluídos. Nessa região, a arte da fabricação de perfumes era bem conhecida pelas tribos semitas. Por terem migrado posteriormente tanto para a Palestina, quanto para o Egito, há quem diga que a história da perfumaria tenha outro curso, com início na Mesopotâmia (ASHCAR, 2001).

Escavações arqueológicas mostraram que a perfumaria era uma importante indústria química no período da Babilônia, sendo usada em rituais, práticas mágicas,

remédios e cosméticos. Em Mari, por exemplo, um local próximo ao atual Irã, foi descoberto óleos perfumados e não perfumados armazenados em salas distintas com registros de suas respectivas quantidades, bem como explanando seu uso para doenças comuns, os quais são proferidos como os primeiros comprimidos mesopotâmicos. O historiador Martin Levey detalha aparelhos de fabricação de perfumes utilizados no período babilônico para sublimação, condensação e destilação, sendo técnicas clássicas de prensagem, maceração e *enfleurage* também desenvolvidas nesta região. Em escavações na antiga Mesopotâmia, entre diferentes achados, foram encontrados aparelhos químicos. Esses tinham notável semelhança com os equipamentos utilizados por civilizações árabes posteriores. Assim, as evidências indicam que o conhecimento mesopotâmico sobre a tecnologia química de óleos e perfumes perfumados parece ter se espalhado para outras culturas como a árabe, egípcia, vale do Indo e mediterrânea (LEVEY, 1959 apud BALASUBRAMANIAN, 2015, p.226).

Outros argumentos apresentados que suportam tal teoria baseiam-se nas sólidas relações comerciais com a Arábia desenvolvidas pelos povos semitas e nos registros sobre a relevância do perfume em livros sagrados hebreus, tais quais a Bíblia e o Talmude. Talvez aquele de maior ênfase seria o Cântico dos Cânticos, da Bíblia, onde cada versículo possui uma metáfora fragrante para descrever o relacionamento amoroso entre o rei Salomão (970 – 931 a.C.) e a jovem Sulamita, sendo dito como um dos textos mais aromáticos do mundo – “*Os teus seios são como duas crias gêmeas de uma gazela, que se apascentam entre os lírios. Antes que refresque o dia e fujam as sombras, irei ao monte da mirra e ao outeiro do incenso*” (ASHCAR, 2001, p. 23).

Dentre os elementos citados pela Bíblia, deve-se incluir a madeira de agar (*Agarwood/ aloewood*). Trata-se de uma resina aromática de alto valor comercial devido sua tenacidade. Outras referências religiosas para o *Agarwood* são no Antigo Testamento da Bíblia Cristã, sendo claramente descrito no evangelho de João (20: 39–40), onde o corpo de Jesus estava ungido com uma mistura desse *aloewood* e mirra após sua crucificação. Também no Antigo Testamento, no Salmo 45: 8, a nobre e sedutora importância do *agarwood* é narrada durante o casamento do rei que teve todas as suas vestes aromatizadas com mirra e cássia, além da resina de *agarwood*

(LÓPEZ-SAMPSON, 2018). São diversas as passagens bíblicas que possuem relação com os aromas, como Samuel 8:13; Ester 2:12-13 e Judite 10:3 (MIHINDUKULASURIYA, 2009). Esse último, por exemplo, relata o episódio em que Judite utilizou aromas para despertar o desejo de Holofernes e, assim, mata-lo. Outra conhecida menção seria dos valiosos presentes ofertados pelos três Reis Magos para o menino Jesus, os quais dois deles fazem parte desse universo da perfumaria – o incenso e a mirra (FERREIRA, 1993).

Lendas contam que, após o dilúvio, os filhos de Noé se estabeleceram no Jardim do Éden. No local, madeira perfumada foi utilizada na construção dos templos e essências de cedro, junco, murta e cálam (bandeira doce) foram oferecidas ao deus para seu prazer. Em súplica ao deus Marduk, Nabucodonosor II, o rei da Caldéia anunciou: “*Ungir-me todos os dias com óleo, queimar perfumes e usar cosméticos que me tornem mais digno de te adorar*” (BALASUBRAMANIAN, 2015).

Assim, do outro lado do Crescente Fértil, nome dado para área fluvial entre os rios Tigres e Eufrates, a Mesopotâmia eclodia como admiradora do cedro do Líbano (ASHCAR, 2001). Produzido a partir da planta *Cedrus libani* foi um dos produtos perfumados mais valorizados do local, usado como incenso obtido a partir das florestas de Marduk, no Líbano, e transportado para os assentamentos ao redor do vale fluvial Tigre-Eufrates (BALASUBRAMANIAN, 2015). Segundo Heródoto, em texto de 500 a.C., homens e mulheres jovens na Babilônia tinham o hábito de fazer pinturas faciais com chumbo branco e vermelho, além de perfumarem os cabelos e besuntar a pele com óleos perfumados (BUTLER, 2000).

O uso de mirra e incenso (*frankincense*) também prevaleceu entre os acadianos<sup>6</sup>, que se acredita que os importaram de regiões do atual Iêmen (BALASUBRAMANIAN, 2015). *Frankincense*, que significa “incenso puro” em francês, é derivado de duas espécies principais: *Boswellia carteri* e *Boswellia frereana*. A mirra, por sua vez, é uma resina oleosa de tom avermelhado, provinda da árvore *Commiphora myrrh*, sendo as três encontradas na Somália e na península arábica (MICHIE, 1991). São conhecidas por serem as primeiras resinas queimadas para liberar seus aromas, tanto em

---

<sup>6</sup> Termo para referenciar o povo do Império Acádio, primeiro Império da Mesopotâmia, datado de 2334 e durou até 2154 a.C.

cerimônias religiosas como por bel-prazer (LEFFINGWELL, 2006), onde a bíblia confirma também essa utilização por povos assírios (norte da Mesopotâmia) e babilônios (sul da Mesopotâmia). Os assírios, inclusive, usavam perfumes de forma tão abundante que, apesar de produzirem grandes quantidades, eles ainda precisavam importar toneladas das Arábias. Entretanto, acreditando que tinham propriedades medicinais e de limpeza, eram utilizados para exorcizar os demônios do corpo de uma pessoa doente (BUTLER, 2000). De acordo com Michie & Cooper (1991), esse uso transpassou por gerações e foi utilizado em inúmeros contextos médicos ao longo da história, como no tratamento de tosse, cólica, além de diversas infecções e processos inflamatórios.

Em suma, os óleos catalogados com suas respectivas propriedades medicinais, encontrados nas escavações em Mari, são apontados como um dos registros mais antigos acerca dessa temática cujas descrições detalhadas com métodos de extração proporcionou uma evolução tecno-científica ao longo do tempo, instruindo culturas posteriores.

Juntamente com os mesopotâmios e os egípcios, a civilização do Vale do Indo, também conhecida como Harapeana, foi uma das mais antigas da humanidade, instalada no vale dos rios Indo e Ganges desde 3000 a.C. (ASHCAR, 2001) Todavia, comparando com as demais civilizações da Idade do Bronze (3300 a.C. – 700 a.C.), foi a menos estudada. Isso é explicado, principalmente, por sua localização geográfica, que impactou na falta de acessibilidade e, consequentemente, na dificuldade de realizar pesquisas no local, iniciadas apenas em 1920 (BALASUBRAMANIAN, 2015). Supõe-se que isso justifique também a escassa quantidade de materiais levantados, que contemplou apenas 2 arquivos sobre os harapeanos, Balasubramanian (2015) e Butler (2000), havendo ainda um terceiro trabalho, de Ashcar (2001), mas que os menciona como ancestrais diretos dos hindus, sendo essa relação pouco encontrada em outras buscas.

Escavações realizadas no vale revelaram alabastros e potes para cosméticos feitos de argila, pedra e marfim datados do terceiro ao segundo milênio a.C. (BUTLER, 2000). A partir dessas análises foi possível encontrar substâncias que não eram nativas da região, como frango e algodão, comprovando forte comércio com a Mesopotâmia,

que recebiam artigos valiosos, como o sândalo. Os sumérios, inclusive, possuíam uma palavra própria para indicar a civilização do vale do Indo, *Meluhha*, cuja menção foi encontrada nos comprimidos mesopotâmicos, sendo essa uma das mais antigas referências a esse povo. Porém, outro obstáculo enfrentado na compreensão dessa história, segundo estudiosos, refere-se a dificuldade de distinguir a origem dos materiais e especiarias encontradas com base nas escavações e análise dos resíduos, podendo ser indiana, árabe, da África Oriental ou do sudeste asiático (BALASUBRAMANIAN, 2015).

Perfumes com aroma intenso eram usados de maneira luxuosa e o mais popular era o óleo de sândalo, dado seu odor duradouro (BUTLER, 2000). Sendo um dos materiais conhecidos mais antigos da perfumaria, o sândalo possui uma trajetória de mais de 4000 anos, segundo menções em textos em sânscrito. Os antigos egípcios foram grandes importadores dessa madeira e a usaram na medicina, no embalsamamento e na queima para veneração dos deuses. Seu uso perdura em rituais religiosos na Índia, bem como matéria prima em esculturas de divindades e templos. Sua árvore, *Santalum album* L., nativa das partes do sul da Índia é alta e perene, é uma das mais valiosas do mundo atualmente. Contudo, em virtude da escassez dessa madeira, o governo indiano proíbe a sua exportação nos dias de hoje, sendo gradualmente substituída por equivalentes sintéticos (LEFFINGWELL, 2006; BURDOCK, 2008; KUMAR, 2012). Não menos importantes, os incensos, referidos pelo nome “*dhupa*”, também eram amplamente utilizados e preparados a partir de resinas e melaços em alguns casos (COOKE, 1874 apud BALASUBRAMANIAN, 2015).

Com tantos processos migratórios e invasões entre os diversos povos localizados na região do vale do rio Indo, levanta-se a hipótese de que uma dessas misturas teria originado a civilização hindu, cujo termo deriva do persa e significa “o (povo) que vive do outro lado do rio (Indo)”. Mais uma vez, a falta de dados impossibilita conclusões mais precisas. O que se pode captar a partir da análise das 7 referências encontradas sobre os hindus ou a Índia é a forte correlação entre perfume e espírito, como vista anteriormente para outros povos. Politeístas, tinham como centro a deusa Shiva, a qual era representada com sândalo e jasmim. O uso dos aromas também era fazia parte do processo de limpeza de estátuas de deuses, que eram lavadas com

sândalo e almíscar (ASHCAR, 2001). Perfumes e unguentos especiais eram oferecidos para serpentes, um animal que simboliza diferentes divindades para os hindus. A literatura em sânscrito possui ricas citações sobre a cânfora, estando fortemente associada a religião, mais especificamente, nos rituais de adoração. Neles, uma chama de cânfora era queimada diante de uma imagem sagrada, após uma série de ritos e oferendas. Para um estudioso, Christopher Fuller, a cânfora simbolizada *"a transcendência da divindade de sua forma incorporada, pois a cânfora em chamas, que não deixa resíduos de fuligem, fornece uma exibição intangível de luz e fragrância incandescentes"* (FULLER, 1992 apud MCHUGH, 2014, p.34).

Por volta de 1500 a.C., a cultura védica, precursora do hinduísmo, foi introduzida na Índia. Os Vedas, principal fonte escrita dessa civilização, possuem registros que indicam o uso extensivo de óleos perfumados e derivados de plantas aromáticas para fins medicinais. Porém, não há um consenso do período em que foi redigido, sendo também atribuído a outras civilizações. Dizeres dos livros afirmavam que *"acompanhando suas orações com perfume, suas palavras alcançarão deuses transportadas por um fragrante aroma que levará sua devoção e gratidão"* (ASHCAR, 2001, p. 32; BALASUBRAMANIAN, 2015).

O budismo, por sua vez, promovia o costume de banhos e rituais de limpeza, além do uso de óleos e pomadas perfumadas nessa rotina (ASHCAR, 2001). Os Sutras, escrituras com ensinamentos e orientações da cultura budista, mencionam o uso de substâncias aromatizadas em cerimônias religiosas celibatárias denominadas de *samāvantana* (KRISHNAMURTHY, 1987). Sua relação com os aromas era desmedida, de modo que, para os budistas, a morte era descrita como o rito de passagem pela *"montanha fragrante"* (ASHCAR, 2001).

Além da conotação religiosa, essências eram consideradas como acessórios de beleza, fazendo parte da rotina da população. Evidências também indicam que sabonetes aromáticos eram produzidos, em forma de creme germicida de açafrão. Desde esse período, a fabricação de perfume era vista como uma ciência, havendo um trabalho enciclopédico com um capítulo intitulado *"Gandhayukti"*, um termo hindu que significa *"combinação de perfumes"*, que tratava sobre diferentes tipos de artigos da perfumaria, suas fontes naturais e seus métodos de preparação. Não obstante, o livro

também possuía uma palavra específica para designar os artesões especialista na produção de cosméticos – “*Gangādhara*” (KRISHNAMURTHY, 1987; CHAUDHRI, 2009).

Dessa forma, desde tempos imemoráveis a Índia é conhecida por seus aromas e substâncias fragrantes, tendo importante função, principalmente no âmbito religioso, um campo de grande relevância para esse povo. O seu uso durante a história ainda é muito pouco conhecido, apesar dessas regiões continuarem como as principais fornecedoras de especiarias, madeiras perfumadas e flores secas (BALASUBRAMANIAN, 2015). A exploração desse ramo teve tanto impacto na região que estudos realizados mais recentemente têm focado em refletir sobre as consequências desse processo exacerbado, ocorrido principalmente durante o período colonial do país (MCHUGH, 2014; RASHKOW, 2014). Um notável exemplo seria referente ao sândalo, que entre 1950 e 1970, teve mais de 480.000 árvores (*Santalum álbum* L.) colhidas anualmente, deixando a espécie à beira da extinção em 1974, de acordo com Rashkow (2014).

Por fim, segundo a hipótese supracitada sobre um aparecimento concomitante nas 4 grandes civilizações, a última delas, do vale Hwang-Ho, na China, teve seu início no período Neolítico, onde agricultores se estabeleceram no vale do rio Amarelo. Podendo ter sido os precursores das civilizações ocidentais, pouco se sabe sobre sua história antes de 800 a.C., apesar de ser datada em algum momento do terceiro milênio a.C. (POUCHER, 2012). No entanto, para Ashcar (2001), sua contribuição seria menor quando comparada com às outras civilizações da Antiguidade. Outra hipótese poderia ser explicada pela barreira linguística ainda existente nos dias de hoje, tendo potencial para ser um impeditivo tanto para obter tais informações, como também na compreensão das mesmas. Esses dados mostram-se condizentes com os resultados da literatura encontrados com a estratégia de busca utilizada, pois escassas informações foram verificadas nos 6 estudos englobados.

Com uma cultura que valorizava amplamente as fragrâncias, os chineses possuíam uma palavra para representar perfume, incenso e fragrância – *heang* – que foi classificada em seis modos estéticos: tranquilo, recluso, luxuoso, bonito, refinado ou nobre (CHAUDHRI, 2009). Contudo, os aromas não eram vistos apenas com fins estéticos, e possuíam vasta utilização devido suas propriedades medicinais, havendo

uma tênue distinção entre drogas (venenos)/ remédios versus perfumes/incensos. A cânfora, por exemplo, renomada substância da perfumaria, também era utilizada como estimulante gástrico, além de chá calmante, adicionada ao vinho para uso culinário e utilizado para perfumar roupas dado seu poder adstringente (ASHCAR, 2001). A célebre Matéria Médica chinesa, publicada durante o século XVI, discutiu o uso de quase 2000 ervas, contendo também uma seção específica sobre 20 óleos essenciais. Nela, o jasmim era apresentado como um tônico geral; a rosa para melhorar a digestão, fígado e sangue; a camomila para reduzir dores de cabeça, tonturas e resfriados; enquanto o gengibre, para tratar tosse e malária (CHAUDHRI, 2009). Essas informações são respaldadas por estudo de Lu & Lu (2015), que averiguou o papel das especiarias nos primórdios da China e observou que os sabores e aromas dos tempos medievais eram empregados com fins curativos no tratamento de doenças. Apesar disso, os autores abordam também sobre sua utilização na saúde cotidiana e na prática religiosa, as quais foram implantadas como aromáticos para perfumar o ambiente com o intuito tanto de atrair espíritos benignos e afastar assombrações, além de seu uso na culinária que estimula o efeito imunológico.

O comércio na China também foi um fator de grande magnitude para esse país. Diversas rotas comerciais foram desenvolvidas, levando gengibre, perfumes e porcelanas para a Pérsia, Moscou, Bagdá, Constantinopla e Veneza. Esse mercado se intensificou principal na Idade Média a partir das feiras de trocas (BUTLER, 2000). Talvez a de maior renome delas seja a rota da Seda, que ligava o Oriente e a Europa, importando perfume de jasmim da Índia, água de rosas da Pérsia e aromas da Indonésia, como cravo, goma de benjoim, gengibre, noz-moscada e patchouli (CHAUDHRI, 2009).

Outra civilização que contribuiu fortemente nesse comércio foram os árabes, sendo isso exposto nas 11 referências encontradas sobre esse povo. Em mais de um registro é demonstrado que foram eles quem forneceram ao Egito e às civilizações mesopotâmicas resinas aromáticas, como o incenso e da mirra, altamente valorizadas à época. Através de suas caravanas, transportavam especiarias e materiais perfumados para diferentes regiões, como a China, a África Ocidental, o sudeste da Ásia e, posteriormente, para Roma e Grécia. Entre os diferentes produtos comercializados, os



perfumes, essências e as especiarias se destacavam de uma maneira especial, pois, além de possuírem um valor intrínseco, eram vendas seguras em todos os mercados (THOMPSON, 2003; BUERA, 2013). Escavações realizadas em um antigo porto localizado na costa do Egito, no Mar Vermelho, forneceram evidências desse comércio de especiarias, as quais foram comprovadas por restos botânicos preservados devido as condições áridas do local. A partir desses indícios e de registros textuais, conjectura-se que, na antiguidade, as especiarias eram usadas em rituais funerários, oferendas, na perfumaria e também como remédios medicinais (VAN DER VEEN, 2015).

Desde o segundo milênio antes de Cristo era perceptível o elo dos árabes com os aromas. No Livro Assírio das Ervas, madeiras odoríferas eram empregadas na construção de templos, onde se realizavam oferendas aos deuses e aos mortos com incenso e fumigação. Também estavam descritas receitas de composições medicinais, unguentos e perfumes. Esses últimos eram borrifados durante jogos atléticos, o que inspirou uma prática semelhante anos mais tarde em festas (ASHCAR, 2001).

Quantidades exorbitantes de materiais aromáticos eram utilizadas em celebrações familiares, como casamentos e nascimentos (BUTLER, 2000). Para as mulheres, o momento de se perfumar era algo especial, destacando-se o gosto por essências fortes como almíscar, canela, cânfora, jasmim, narciso e violetas. Por outro lado, os homens o empregavam em raras ocasiões, especialmente na aspersão sobre a barba (BUERA, 2013). Os perfumes, portanto, eram uma parte substancial na vida de um casal (ASHCAR, 2001).

Esta sociedade organizada inicialmente em tribos ou famílias nômades e transeuntes, foi desintegrada durante séculos, não havendo nenhum sentido unitário de estado ou de povo. Sua unificação foi estabelecida a partir de um movimento religioso fundado em 625, formado por persas, mesopotâmios, egípcios e indianos. A chegada do profeta Maomé provocou uma transformação na base de todas as crenças, o que impulsionou uma revolução não apenas espiritual, mas social e política (BUTLER, 2000; BUERA, 2013). O Corão, livro sagrado do Islã que revela as palavras de Deus, possui referências evidentes às substâncias aromáticas em vários das suas 114 suras, como por exemplo (POUCHER, 2012) “*no paraíso correm rios de água perfumada com almíscar e cânfora*”. No islamismo, o perfume era visto como uma recompensa que os

bons acreditavam ter recebido do paraíso (BUERA, 2013, p. 173). Segundo Poucher (2012), o forte vínculo dos árabes com os perfumes colaborou na apreciação dos ensinamentos dessa obra religiosa. Uma série de regras básicas relacionadas à pureza e limpeza, seja em sua forma física ou espiritual, foram estabelecidas no Islamismo: “*Deus ama aqueles que se voltam para Ele constantemente e Ele ama aqueles que se mantêm puros e limpos*”. Contudo, alguns ramos mais radicais do Islã interpretam essas frases de maneira proibitiva ao uso de cosméticos e aromáticos, não considerando que o uso de materiais perfumados possa ser empregado com este fim (CHAUDHRI, 2009, p.165).

Paralelamente a esse momento, os conhecimentos sobre a medicina, farmácia e botânica avançavam e escolas como de Junishapur, Bagdá, Córdoba e Toledo, ensinavam também sobre alquimia e perfumaria. Os trabalhos de Plínio, Galeno, Dioscórides e muitos outros foram traduzidos do grego e do latim para o árabe, possibilitando tais progressos. Novas especiarias e plantas aromáticas obtidas pelas navegações árabes com a Índia, China e Malásia foram adicionadas à matéria médica (BUTLER, 2000; BUERA, 2013). Avicena (980 - 1073), também conhecido como *Ibn-Sina* em árabe ou como o pai da medicina moderna, foi o responsável por criar uma tecnologia, a serpentina de resfriamento, que possibilitou, posteriormente, a criação do primeiro alambique (*al-anbiq*). Com isso, foi possível isolar os óleos essenciais das pétalas de rosas, criando a primeira água de rosas do mundo, também conhecida como água de attar ou attar de rosas - um marco para a história da perfumaria. Séculos mais tarde, milhares de garrafas desse *attar* eram consumidas, tamanha importância desse invento (ASHCAR, 2001). A supremacia árabe sobre a ciência e tecnologia foi mantida durante séculos (BUERA, 2013).

Deste modo, a contribuição dos povos árabes está fortemente relacionada com suas viagens comerciais, que permitiram a troca entre culturas, disseminando conhecimentos, técnicas e substâncias para diversos povos, oferecendo-os, dessa forma, ao mundo (ZOHAR, 2013). Movidos pela paixão pelas fragrâncias, souberam aproveitar essa permuta e aprofundá-los através de seus estudos, que possibilitaram a descoberta de novas técnicas, novas fragrâncias e, com isso, colaboraram substancialmente com a evolução da perfumaria no ocidente (BUERA, 2013).

A civilização da ilha de Creta também parece ter protagonismo nessa história, sendo descoberta apenas no final do século XX, com marco inicial por volta de 2600 a.C. Para Buera (2013), esse povo localizado no centro do Mediterrâneo, é tido como a primeira civilização da Europa. Deve-se acrescentar que a obra deste autor espanhol foi o maior acervo sobre o povo cretense, também conhecido como minoico. A única outra fonte levantada, mas que possui limitadas informações, aponta que seu desenvolvimento seria datado em 2000 a.C. (BUTLER, 2000). Essa divergência é explicada por alguns obstáculos encontrados: o primeiro deles seria pela falta de fontes escritas. Aquelas encontradas, obtidas em tábuas de argila, enfrentaram uma segunda problemática - os caracteres não foram decifrados até o momento. Somado a esse cenário, a civilização minoica foi brutalmente dominada durante a invasão dos povos aqueus<sup>7</sup> por volta do século XIV a.C. Sua finalização repentina e violenta impediu que essa cultura evoluísse de forma linear, o que desencadeia nesse cenário incógnito (BUERA, 2013).

O pouco que se conhece foi possibilitado principalmente por escavações e trabalhos arqueológicos de comparação, que permitiram deduzir a forma de vida e costumes do povo de Creta. Sua localização geográfica central, entre a Grécia, Egito e Ásia Menor, também parece ter influenciado diretamente na cultura minoica, que comercializava com diversos outros povos ao intermediarem essa relação entre os egípcios com os orientais. Com isso, os cretenses possuíam uma cultura distinta que lhes conferiu um gosto refinado, com grande apreço pela higiene e, conseqüentemente, destaque para a perfumaria e cosmética, com exemplos de frascos de perfumes ricamente trabalhados, dispostos em museus como *The British Museum* e o *Metropolitan Museum of Art*, conforme ilustrado pela figura 8. Outro uso dos perfumes relatado para esse povo foi em cultos religiosos, como oferendas para divindades, ou para obter favores ou para acalmar suas iras. A prática da queima de incenso nos altares também era um costume minoico. Com isso, apesar da falta de referências exatas sobre essa civilização, a conjuntura indica que seus costumes não deviam variar muito de outras culturas de seu tempo, como a mesopotâmica e a egípcia (BUTLER, 2000; BUERA, 2013).

---

<sup>7</sup> povo indo-europeu, semi-nômade, que colonizou a Grécia por volta do ano 2.000 a.C.

Figura 8 – Alabastro de terracota (vaso de perfume) em formato de mulher, encontrado provavelmente em Creta e disposto no Metropolitan Museum of Art



Fonte: VON BOTHMER, 1979

Outra civilização influente para a expansão da perfumaria no Mediterrâneo, de acordo com Buera (2013), foi a etrusca, que se desenvolveu entre o mar Adriático e os vales do Arno e Tíber, na região da Toscana, por volta de 750 a.C. Apesar das diversas teorias sobre seu início, sua origem continua sendo misteriosa. Enigmas perduram também até hoje sobre suas crenças, sua arte e língua, que teve apenas pequenos fragmentos com inscrições funerárias interpretados. Tudo isso reflete em incógnitas sobre o uso de aromas e cosméticos desse povo, cuja falta de fontes literárias impossibilitam conhecer as matérias-primas exatas utilizadas. Contudo, por motivo de sua posição estratégica, conta-se que os etruscos eram grandes comerciantes, que exportavam ferro e cobre em troca de vasos de cerâmica, resinas e plantas aromáticas. As cidades etruscas também tinham o hábito de utilizar incensários para perfumes templos religiosos.

Ainda para este autor, o povo da Etrúria vivia de uma forma singular quando comparados a outras culturas, sendo conhecidos como *bons vivants* por gostarem de hábitos que tornassem a vida mais agradável – o que se enquadra no papel dos perfumes e cosméticos. Outra singularidade seria referente à posição da mulher, que se

destacava tanto no ambiente familiar, quanto no social e, conforme mencionado por Gottfried (2011), elas reverenciavam o perfume a tal ponto que nunca estavam sem ele. Teoriza-se ainda se não teriam sido as mulheres as responsáveis pela produção de perfumes na região, dado o status social gozado por elas. Essa hipótese baseia-se também em uma urna funerária encontrada em Cerveteri, datada de 480 a.C., que possui uma figura feminina com um alabastro de perfume em uma de suas mãos, com uma postura solene (BUERA, 2013). Somado a isso, o espírito de adorno etrusco (figura 9) era uma mulher de asas nuas carregando um frasco de perfume, corroborando a importância da mulher na perfumaria etrusca (GOTTFRIED, 2011).

Figura 9 – Estátua de mulher nua com asas segurando um frasco de perfume em sua mão, representando o espírito de adorno etrusco



Fonte: Pinterest

O povo com maior relevância na expansão da perfumaria no mediterrâneo, e possivelmente na história da perfumaria ocidental, é o grego, que foi citado em 12 referências incluídas no compilado, sendo um dos 3 povos mais mencionados no levantamento realizado. Buera (2013) fundamenta isso, principalmente, por três principais motivos: em primeiro lugar, os gregos possuíam um amor inerente pela beleza, herdado desde os tempos remotos dos cretenses, que tiveram grande influência nos gregos. Outro ponto está relacionado com o processo de expansão dessa cultura

por todo o mediterrâneo, através de suas inúmeras colônias. Distintamente dos outros povos, os gregos se estabeleceram com vontade de permanência, mantendo laços de união com suas cidades de origem e trazendo consigo sua língua, cultura, conhecimentos filosóficos, arte, bem como seu estilo de vida. No seu apogeu, dominaram todo o Mediterrâneo, Egito e o ocidente da península arábica através das conquistas de Alexandre, o Grande, que adquiriu um fascínio pelas fragrâncias dos povos derrotados. Por último, outro importante fator refere-se à aplicação de seu sentido estético nos desenhos dos recipientes dos perfumes e dos unguentos, que se refletiu em belos frascos de cerâmicas fabricados em Atenas, sendo os principais *lekythos* (Figura 10a), *pyxis* (Figura 10b), *pelike* (Figura 10c), *aryballos* (Figura 10d) e *guttus* (Figura 10e), que vieram a se tornar fontes de inspiração para frascos modernos.

Figura 10 – Diferentes formatos de potes em cerâmica desenvolvidos na Grécia Antiga. A) *Lekythos* datado de 460–450; B) *Pyxis* datado de 455 – 460; C) *Pelike* datado de 450 – 440 D) *Aryballos* datado de 570; E) *Guttus* datado por volta de 400



Fonte: The Metropolitan Museum Of Art

Para os gregos, perfumes, unguentos e cosméticos teriam origem divina. Na realidade, tudo aquilo que representava beleza, estética, harmonia, proporção e equilíbrio tinha um elo celestial e se personificava em uma de suas inúmeras divindades ou em seus heróis mitológicos (CASTEL, 2009). Com isso, seriam os deuses – que tinham a reputação de desfrutar de aromas indisponíveis para os mortais – aqueles que ensinaram a arte de se perfumar aos homens. Assim, esse hábito foi introduzido como uma reprodução daquilo que se fazia no Olimpo, e não como oferenda e adoração às divindades, como era o costume (THOMPSON, 2003). Seus mitos são cheios de referências aromáticas, onde a deusa Afrodite foi a primeira a usa-las e, por uma indiscrição de uma de suas ninfas, passou esse conhecimento aos homens (POUCHER, 2012). Os elementos da perfumaria também tinham suas lendas – a mirra teria surgido em forma de lágrimas de uma árvore dos deuses; a flor de Jacinto teria crescido do sangue durante uma briga entre dois deuses; enquanto a flor de Narciso, do local aonde o herói de mesmo nome se afogou (SELL, 2006).

Homero, o famoso poeta grego conhecido por representar os deuses com as mesmas paixões, desejos, virtudes e defeitos dos humanos, frequentemente se refere aos perfumes em suas célebres obras, *Ilíada* e *Odisseia*. Ao descrever o banho de Hera, esposa de Zeus, na *Ilíada*, conta que ela untava seu corpo com óleos aromatizados e o perfume se expandia por “toda a terra e todo o céu” (ASHCAR, 2001, p. 33). Em muitas passagens, Homero também cita sobre unções com azeite aromático depois do banho. Descrições também parecem levar a crer que mulheres aromatizavam suas túnicas com ervas, além de terem o hábito de queimar produtos perfumados em suas habitações. Todos esses relatos parecem corresponder a costumes da sociedade grega nesses tempos pois, conforme Classen (2002), os perfumes eram utilizados para mascarar cheiros desagradáveis no lar e também para disfarçar odores fortes inerentes aos tecidos ou às tinturas empregadas em sua fabricação.

Os primeiros registros históricos parecem ser provindos de tábuas de barro encontradas em escavações em Pilos. Em uma delas foram enumeradas distintas qualidades de azeites e unguentos perfumados para distribuir às divindades protetoras da comunidade, sendo essa a referência mais antiga sobre os produtos aromáticos

dessa cultura. Em outra há o registro de uma entrega de 576 litros de produto à um fabricante de perfume (BUERA, 2013). Restos arqueológicos também revelaram a existência de perfumarias nos centros das cidades de Delos, Roma e outras, durante o período helenístico (séc. III e II a.C.). A partir desses achados estudiosos puderam captar a importância dos perfumes nessa sociedade, bem como entender detalhes da fabricação de perfumes nessa época, seus métodos de preparação e materiais utilizados (BALASUBRAMANIAN, 2015).

O primeiro escritor grego que teria redigido sobre a perfumaria seria Teofrasto (372 – 287 a.C.), conhecido com o pai da botânica, que registrou o uso de grandes quantidades de fragrância por volta de 345 a.C., sendo as principais canela, rosa, mirra, íris, lótus, rosa, lírios, murta e bergamota (BUTLER, 2000; THOMPSON, 2003). Com relação ao uso das matérias-primas descreve que as preparações podem ser obtidas a partir de várias partes das plantas, como flores, folhas, galhos, raiz, madeira, frutas e gomas, além de misturas dessas. O autor já apresentava conceitos de fixação, ao afirmar que os perfumes tinham por objetivo a maior duração do odor e, para isso, eram utilizados veículos oleosos (POUCHER, 2012). Teofrasto também menciona sobre perfumes da época, como o *Kypros*, produzido a partir de bergamota, hortelã e tomilhos, o *Susino*, feito de lírios, e o *Megaleion*, que segundo ele, era de difícil produção pois continha resinas queimadas, óleos de balanos, cássia, canela e mirra (CLASSEN, 2002). Essa é uma obra detalhada, pois descreve prazos de validade, usos terapêuticos e a forma de conservação adequada de cada um deles (LUCCA, 2010).

Outros dois importantes pensadores que agregaram conhecimento foram Hipócrates (460 – 400 a.C.) e Aristóteles (884 – 322 a.C.). O primeiro é creditado com o título de “pai da medicina”, sendo um dos responsáveis pela dissociação dos princípios da cosmética e da medicina com a da superstição e a religião (BUTLER, 2000). O segundo, por conseguinte, contribuiu no progresso das ciências médicas, fitoterapia e alquimia, relacionando a psique humana e sua modulação com substâncias aromáticas, ramo conhecido atualmente como aromaterapia (SELL, 2006).

Os gregos adoravam perfumes e os utilizavam largamente para ritos religiosos, para culinária, para fins medicinais, para higiene pessoal e, simplesmente, por prazer



(GROOM, 2012). Devotos aos cuidados com o corpo e hábitos de higiene, o banho era um costume existente desde os tempos mais remotos, sendo necessário dado o clima quente e seco do local. Aqueles que tinham condições financeiras, possuíam salas próprias dentro de suas casas, entretanto, a maioria da população banhava-se em espaços públicos destinados para essa prática. A rotina era iniciada no *sudatorium* para transpiração e desobstrução dos poros, seguida de um banho morno no *tepidarium* e após, nadavam em piscinas do *frigidarium* para esfriar o corpo. Por último, tinham seus corpos friccionados e massageados com azeites aromáticos no *unctarium* e, com o tempo, evoluiu para o uso de bálsamos e unguentos, com aromas exóticos importados do Egito, Síria, Arábia, Oriente e do próprio Mediterrâneo (BUERA, 2013; CLASSEN, 2002). A perfumaria era uma arte praticada principalmente pelas mulheres (POUCHER, 2012), que participavam de concursos de beleza de forma espontânea (BALASUBRAMANIAN, 2015). A moda da época era utilizar um perfume diferente para cada parte do corpo, conforme versos do dramaturgo Antífanos (408 – 334 a.C.):

... toma banho em uma grande banheira dourada;  
E mergulha seus pés e as pernas em ricos unguentos egípcios;  
O queixo e o peito, esfrega com espesso óleo de palma;  
E ambos os braços com extrato doce de menta;  
As sobancelhas e os cabelos com manjerona;  
Os joelhos e o pescoço com essência de tomilho moído (CLASSEN, 2002, p. 26-27)

O culto ao corpo também se refletia nas práticas de exercícios físicos, que eram primordiais para todos os indivíduos, sem distinção de idade ou classe social. Os atletas passavam pelo mesmo ritual de friccionar azeite aromáticos no corpo, que proporcionavam mais elasticidade aos músculos e serviam também como proteção ao sol. Depois da luta, o excesso de óleo e suor era retirado do corpo do vencedor e vendido para concubinas da época, que utilizam como um afrodisíaco. Ademais, aos vencedores das provas atléticas dos Jogos Olímpicos, um dos prêmios ofertados era um vaso de perfume (BUERA, 2013). Outro uso peculiar dos aromas na Grécia era nos banquetes: perfumes eram utilizados como aditivos, na tentativa de deixar a comida, feita à base de cereais, mais apetitosa; pétalas de rosas moídas compunham receitas;

vinhos eram aromatizados com mirra, flores e mel (ASHCAR, 2001); guirlandas perfumadas com ervas e flores adornavam os convidados e água aromatizada era oferecida para limpeza das mãos (CLASSEN, 2002).

Assim como a maioria das outras civilizações da antiguidade, os gregos também usavam incensos em cultos religiosos, pois era digno de ser oferecido aos deuses por ser um produto de alto valor (BUERA, 2013). A fragrância dos incensos em altares religiosos se dispersava por todo o templo, gerando uma atmosfera mágica, capaz de ampliar o canal de comunicação com o divino. Os mortos também eram perfumados, com o intuito de que fosse atraído bons presságios para a alma encontrar seu destino final (ASHCAR, 2001).

Com isso, as evidências suportam que a cultura grega teve grande notoriedade na história da perfumaria, tanto no que diz respeito a sua criação, difusão e expansão. Os gregos intensificaram sua utilização em todos os âmbitos da vida religiosa, social, mercantil, cultural e artística. Muito mais do que usar esses produtos, eles foram integrados em sua forma de entender a vida, utilizando-os como um elemento de bem-estar. Deve-se realçar ainda que a cultura perfumista grega serviu como importante difusora dos conhecimentos da perfumaria para civilizações posteriores.

Já a cultura romana, se sobressai por reunir todos os conhecimentos de seus predecessores, incluindo os gregos, como também por agregar seus próprios avanços. Os romanos foram importantes promotores no desenvolvimento da perfumaria, tanto devido a expansão geográfica de seu Império, como pela intensidade de seu consumo, que se popularizou em todas as classes sociais (BUERA, 2013). Sua coletânea bem documentada foi perceptível, visto que a civilização romana foi compreendida em 15 trabalhos, contendo informações majoritariamente nos livros utilizados, onde Buera (2013) teve destaque, sendo um dos trabalhos com maior detalhamento dessa narrativa.

Roma teve seu início no século VII a.C., quando habitantes de sete diferentes povoados constituíram uma federação, a qual, posteriormente, se miscigenou com os etruscos. Esses últimos mudaram radicalmente a vida dos antigos povos, centralizando o poder na nova cidade criada, Roma, que rapidamente se tornou a capital do mundo (ALFÖLDY, 1987). Desde esse princípio, teve-se os primeiros registros da perfumaria:

vasos de procedência grega que foram utilizados para guardar azeites aromáticos e perfumes. A utilização desses artefatos nos primeiros séculos foi insipiente, limitando-se à conexão divina, para súplica de favores, de proteção, como também em práticas funerárias (POUCHER, 2012). Contudo, a cultura fragrante começou rapidamente a se desenvolver e a se popularizar com a chegada dos etruscos, conhecidos amantes dos aromas, e com o início da república em 590 a.C. Outros fatores que favoreceram o patamar atingido pelos perfumes, seria sua localização próxima à Grécia, que lhe proporcionou fortes relações comerciais, somado às diversas conquistas do Império romano, cujo início é datado em 27 a.C., assimilando diversos costumes dos povos derrotados (BUERA, 2013).

No período imperial, o uso de aromas se intensificou de forma tão abrupta que desencadeou um desequilíbrio na balança comercial, pela acentuada importação de olíbano e mirra, duas resinas de grande valor. Somente no século I, mais de 750 toneladas dessas resinas eram aportadas em Roma, além de cerca de 3000 toneladas de incenso (SELL, 2006). O descomedimento foi tal que medidas restritivas foram estabelecidas, como a de Julio César e Marco Licínio Crasso, que tributaram fortemente as importações de perfume, temendo que não houvesse essências suficientes para ofertar aos deuses. Semelhantemente, produtos aromáticos procedentes do Egito também foram controlados pelo Estado romano. Entretanto, nenhuma dessas ações reprimiram o consumo das essências, que haviam sido incorporadas a rotina dos cidadãos romanos, sendo utilizadas de todas as suas formas: rituais religiosos, práticas funerárias e hábitos cotidianos (BUERA, 2013; THOMPSON, 2003). Acredita-se que esse excesso poderia ser um reflexo decorrente dos governantes romanos. Nero, por exemplo, imperador de Roma de 54 – 68, tinha um palácio (Casa Dourada) com painéis móveis de marfim na sala de jantar que, ao girar, permitiam que flores caíssem e tubos de prata borrifassem agradáveis odores nos convidados (BUTLER, 2000). Contudo, os exageros do imperador ficaram famosos com o episódio do funeral da sua segunda esposa, Popeia Sabina, onde conta-se que ele encomendou uma quantidade tão grande de perfume, que a Arábia seria incapaz de produzir em 10 anos (VAN DER VEEN, 2015). Nessa época, tanto os perfumes quanto os cosméticos haviam assumido um importante papel em sua corte (POUCHER, 2012).

Dado seu prestígio, os primeiros perfumistas profissionais começaram a surgir no início do século II a.C., sendo conhecidos como *unguentarii* (SELL, 2006). Havia um pequeno bairro dedicado aos profissionais, o *Vicus Unguentarium*, que possuía lojas com todos os tipos de produtos aromáticos e continham um pequeno laboratório na parte posterior. Acredita-se que um dos mais renomados perfumistas da época era Cosmos, devido a quantidade de menções feitas à ele por escritores da época (CLASSEN, 2002). Entretanto, a profissão de perfumista não tinha um prestígio social, pois eram considerados charlatões, fama herdada dos gregos, os primeiros profissionais do ramo (BUERA, 2013). Pesquisas identificaram jardins comerciais na cidade Pompéia, sugerindo o cultivo para as indústrias de perfume. Inscrições na cidade registraram o nome de dois fabricantes de *unguentarii* da época, *M. Decidius Fastus* e *Phoebus* (DAY, 2013). Assim, a principal contribuição romana para os perfumes foi na fabricação industrial de matérias-primas, muitas dessas adquiridas a partir das conquistas militares, e na produção de uma grande variedade de fragrâncias. Charles Sell (2006) aponta os principais produtos demandados: *Hedysmata*: unguentos sólidos, normalmente na forma de gomas ou resinas; *Stymata*: águas de toalete líquidas infundidas com pétalas de flores; *Diapasmata*: perfumes em pó que utilizavam aromáticos dispersos em talco ou gesso. Não somente as matérias-primas, como também os frascos dos perfumes, pois os romanos fizeram grandes avanços na fabricação dos vidros (ASHCAR, 2001).

Como todos os povos da antiguidade, os romanos sacrificavam animais em honra a seus deuses e queimavam incenso lhes oferecendo aromas para obter favores. Gradualmente, costumes estéticos foram absorvidos e se desenvolveram extravagantemente, até o patamar de perfumar teatros, o interior das casas, o vinho, as ruas, e até animais, como os cavalos e cachorros (CLASSEN, 2002). Os perfumes acompanhavam a vida dos romanos desde o nascimento, passando pelo casamento, bodas e enterros. Eram oferecidas não só às divindades, como também aos convidados de um banquete. Até o exército tinha seus estandartes aromatizados (BUERA, 2013). O banho foi outro hábito popular entre os romanos, cujo ato era quase ritualístico e incluía o emprego de unguentos perfumados antes de fazê-lo (LUCCA, 2010). Essa prática se desenvolveu a tal ponto que os locais públicos se transformaram em clubes sociais

modernos (BUTLER, 2000). Assim, Roma ficou conhecida como a capital dos banhos no século III, possuindo mais de 100 casas para os frequentadores das diferentes classes sociais da cidade (ASHCAR, 2001).

Nos últimos tempos do Império, muitos desses costumes haviam sofrido mudanças consideráveis. O fim do domínio romano foi marcado com a transferência da corte para Constantinopla, somado ao crescimento do cristianismo, que temia a associação das substâncias aromáticas com a sensualidade, afetando principalmente as classes sociais mais baixas (ASHCAR, 2001; THOMPSON, 2003; BUERA, 2013). Após colapso do Império romano, o comércio árabe de incenso e mirra reduziu substancialmente. Iniciava, assim, o declínio da civilização romana e, com ela, da sua cultura fragrante (ASHCAR, 2001; GROOM, 2012).

Após decadência progressiva com a queda de Roma, a perfumaria ficou adormecida e só voltou a emergir durante a Idade Média (BUERA, 2013). Mais uma vez, isso impactou os registros desse período, havendo apenas uma breve menção sobre esse período no livro de Ashcar (2001). De acordo com a autora, apenas vestígios do esplendor vivido pelas civilizações antigas tinham restado, como o uso de ervas aromáticas em práticas medicinais de mosteiros. Contudo, a igreja católica, que havia repudiado o uso de aromáticos, considerando-os acessórios frívolos, foi gradualmente incorporando algumas crenças olfativas a seus ritos, como o incenso.

As cruzadas, movimento cristão iniciado no século XI, foram um marco na retomada dessa história. Grandes quantidades de fragrâncias, especiarias e vasos de vidro do Oriente foram trazidas para a Europa nesse período (LUCCA, 2010). Os perfumistas das Arábias ficaram conhecidos na Europa, pois os cavaleiros das cruzadas levaram, além das mercadorias, conhecimentos sobre a destilação (WILDWOOD, 1994). A Quarta Cruzada atingiu a fortaleza cristã de Constantinopla, espalhando as práticas de uma importante protagonista dessa história (SELL, 2006): a imperatriz bizantina Zoe (978 – 1050), não só empregou diversos perfumistas em sua corte, como também foi responsável pela preparação de vários perfumes em seu laboratório privado, além de cosméticos, remédios e até venenos. Conhecida por sua beleza, com cabelos loiros, pele branca brilhante, extremamente jovem e sem rugas, conta-se que sua obsessão pela “juventude eterna” lhe proporcionou preservar sua

beleza até os 60 anos. Seus conhecimentos são atribuídos principalmente aos romanos, precursores do Império Bizantino, que seguiram muitas dessas tradições, principalmente no que diz respeito ao conceito estético. Trabalhos sobre a medicina bizantina provam que a cosmética constituiu uma parte significativa desses conteúdos (PANAS, 2012).

Assim, a partir do século XIII, criou-se uma nova demanda e o desenvolvimento do perfume cresceu. Mercadores de Veneza que haviam se instalado em Constantinopla dominaram as rotas Mediterrâneas e intensificaram o comércio de especiarias e essências (ASHCAR, 2001). O processo de destilação, bem conhecido já no século XI, teve o primeiro tratado europeu escrito em 1310, identificando seus diferentes tipos, como *aqua vitae* (água vital), *aqua vini* (vinho) e *aqua ardens* (álcool concentrado) (SELL, 2006). Mas foi em 1320 que essa arte foi aperfeiçoada pelos italianos, desencadeando o surgimento da primeira destilaria em Modena. Seu resultado excepcional foi atribuído a forças maiores, lhe rendendo o nome de *spirituous water* (água espirituosa ou água esplêndida). Essa descoberta, por sua vez, foi substancial para um outro marco da perfumaria moderna – o primeiro perfume feito a base de álcool. Não somente, foi também o primeiro perfume batizado: Água da Rainha da Hungria, conhecido também como Água da Hungria (PALAIRET, 1999; ASHCAR, 2001). Criado a partir da destilação das flores de alecrim pela rainha Elizabeth da Hungria, a data exata da invenção é pouco clara, havendo registros de 1307 (GOTTFRIED, 2011), porém outros trabalhos datam-na em 1370 (ASHCAR, 2001; POUCHER, 2012). Independente de quando, conta-se que um dos motivos de ter ficado tão famosa seria devido suas propriedades medicinais, sendo usada no tratamento de mais de trinta condições, como letargia, perda de memória, sonolência, surdez e outros (JACKSON, 2006).

É relevante ressaltar que, até o início da Idade Média, a arte da destilação era empregada principalmente para a obtenção de água destilada. Em alguns casos, onde esse processo resultou na precipitação de óleos essenciais, como na cristalização de óleo de rosas na superfície da água destilada, é provável que o óleo tenha sido considerado um subproduto indesejado, e não um novo e bem-vindo produto. Portanto, os óleos aromáticos utilizados até aquele momento não eram óleos essenciais, nem

eram produzidos misturando o material vegetal com o ácido graxo de boa qualidade, e posteriormente submetendo os potes de vidros, que continham essa mistura ao aquecimento solar, para separação do óleo odorífero dos constituintes sólidos. Algumas vezes as flores eram maceradas no vinho antes da adição do óleo graxo, e o produto obtido por digestão era filtrado e depois concentrado a quente até a consistência do mel.

Em 1607, em seu famoso livro “Pharmacopoea Dogmaticorum Restituta”, o médico francês Joseph, latinizado Quercetanus, um dos mais ardentes paracelsianos, já afirmava que “a preparação do essencial é conhecida por todos, inclusive pelos aprendizes”. Quercetanus afirma que todos os preparativos entre os quais estavam incluídos os óleos essenciais, podiam ser obtidos nas farmácias.

Nos séculos XVII e XVIII, foram principalmente os farmacêuticos que aprimoraram os métodos de destilação e fizeram valiosas investigações sobre a natureza dos óleos essenciais. De especial importância foram os trabalhos dos farmacêuticos franceses M. Charas (1618 – 1698), N. Lemery (1645 – 1715), A. J. Geoffroy (1685 – 1752), G. Fr. Rouelle (1703 – 1770), J. F. Damachy (1782 – 1803) e A. Baumé (1728 – 1804); dos seus colegas alemães Kaspar Neumann (1683 – 1737), J. Ch. Wiegler (1732 – 1800) e F. A. C. Gren (1760 – 1798), e outros como o russo J. J. Bindheim (1750 – 1825) (GUENTHER, 1972, p. 7).

De maneira inesperada, a Peste Negra, ocorrida entre 1347 – 1353, e outras pandemias subsequentes foram fontes substanciais para o crescimento do uso de produtos aromáticos. Na época, havia a crença de que a doença seria adquirida através do cheiro ruim, havendo uma conexão direta entre morte e fedor. Devido a decomposição, a enorme quantidade de cadáveres na rua exalava um forte odor e, para combatê-lo, a população carregava pequenos buquês de flores ou utilizavam “nosegays” (figura 11), uma espécie de cone para evitar que a pessoa respirasse aquele ar (SELL, 2006).

Figura 11 – Ilustração de médicos utilizando as máscaras (nosegays) durante a peste



Fonte: Wikipedia

Igrejas tinham o ar impregnado com aromas de todos os tipos, como perfumes, bálsamos e ervas. Usavam-se também ingredientes aromáticos em *pomanders* (figura 12) que, do francês, significa “maçã de ambergris”, que eram recipientes ocios utilizados pelos ricos com substâncias aromáticas em seu interior (ASHCAR, 2001). Acreditava-se que eles evitavam a infecção, além de servirem para disfarçar o mau cheiro (BUTLER, 2000). Outra defesa eficaz contra a peste era lavar o corpo com água e depois envolvê-lo em fumaça ou incenso. A cânfora foi uma substância amplamente utilizada como fumegante e, atualmente, suas propriedades biológicas, como antimicrobiana, antiviral e antitussígena, são conhecidas. Pela primeira vez foram tomadas medidas para adoção de hábitos mais higiênicos (SELL, 2006; CHEN, 2013).



Figura 12 – Pomanders: recipiente específico para colocar substâncias aromáticas em seu interior



Fonte: Wikipedia

À medida que a riqueza da Europa aumentou, mercados permanentes surgiam e a venda de perfumes, especiarias e aromáticos se tornou parte central da vida social. Veneza era um importante centro comercial que intermediava o comércio da Europa, Oriente Médio e Oriente, por onde chegavam muitas especiarias e matérias-primas aromáticas. Por consistirem em artigos caros, os comerciantes formavam uma classe social de muito poder. Esse acúmulo de riqueza suscitou um movimento artístico e cultural entre os séculos XIV – XVI, o renascimento. Esse manifestou-se, primeiramente, na Toscana, mas rapidamente alcançou toda a península itálica e se espalhou para França, Inglaterra, Espanha, Portugal e Países Baixos. A abertura a novas ideias propiciou a propagação dos perfumes. Em Florença, a elevada demanda de perfumes instigou a fabricação de produtos nativos pelos frades dominicanos do mosteiro de Santa Maria Novella. Veneza, por sua vez, não só era porta de entrada de artigos de luxo, como também ganhou destaque pelo desenvolvimento de perfumes. A arte de fabricação de vidros também sofreu grandes avanços em Veneza durante o Renascimento (BUTLER, 2000; ASCHAR, 2001; SELL, 2006). A adoração da cidade pelos aromas era tão extensa, que roupas, sapatos, luvas e até mesmo animais de estimação e joias tinham os aromas favoritos de seus donos (GOTTFRIED, 2011). O

abuso atingiu um patamar que voltaram a censurar senhoras usando “todo o tipo de perfume, águas cordiais, civeta, almíscar, âmbar e outros aromas preciosos para perfumar suas roupas e todo o corpo”. No final do século XVI, a maioria das casas da elite possuía uma sala reservada para as mulheres fazerem suas próprias misturas (BUTLER, 2000).

As mulheres, aliás, tiveram grande participação na perfumaria dessa época. A veneziana Catarina di Médici, ao viajar para se casar com Henrique II da França, levou em sua comitiva seu alquimista e seu perfumista, Renato Bianco. O perfumista, também conhecido como René Blanc ou *le florentin*, foi o fundador da boutique de perfumes em Paris (ASHCAR, 2001). Um de seus assistentes, Tombarelli, percebeu o clima favorável no sul da França, em Grasse para cultivo de flores aromáticas e, assim, a famosa indústria moderna se desenvolveu no local, levando desde o início à produção de óleos essenciais e águas perfumadas a partir de matérias-primas naturais. A cidade de Grasse ganhou fama, tornando-se um centro de produção renomado (WILDWOOD, 1994). Era o prelúdio da França como epicentro do desenvolvimento e da cultura do perfume, posição que se mantém desde então (GOTTFRIED, 2011). Outra protagonista foi *Mary Queen of Scots* que passou grande parte da sua infância na corte francesa e introduziu muitos dos costumes aprendidos quando reinava na Escócia (BUTLER, 2000). Suas damas usavam sachês perfumados, *pomanders* de prata e aplicavam rosas secas em seus decotes. A rainha Elizabeth I, por sua vez, era amante do odor das rosas e tinha o hábito de borrifar água de rosas no chão do quarto (ASHCAR, 2001). Também introduziu na Inglaterra o costume das luvas perfumadas, que logo se tornou popular (BUTLER, 2000). Seu interesse levou a estimulação do cultivo de ervas e flores por mulheres inglesas, para que aprendessem a fazer suas próprias águas, sachês e pomadas (SELL, 2006). Também era adepta do uso de *pomanders* com fim estético, que se tornou moda entre as mulheres famosas. Em sua corte, pessoas de ambos os sexos usavam todo tipo de aromático para perfumar o corpo, além de muitos tipos de cosméticos para adorno pessoal (POUCHER, 2012).

A expansão marítima, nos séculos XVI e XVII, ajudou a incrementar a perfumaria, trazendo novos produtos aromáticos descobertos em seus trajetos, além de aumentar o suprimento daqueles já conhecidos (SELL, 2006). Num primeiro momento,

sob a hegemonia de Portugal e da Espanha, chegaram nas Américas e, assim, no Brasil. Através de suas viagens, novas rotas para a África, para Índia e até para o Japão foram desvendadas. Com elas, o mercantilismo transferiu mais riquezas para a Europa e, consequente, aumentou ainda mais o poder de compra de seus povos (ASHCAR, 2001).

A prevalência do uso de perfume gradualmente aumentava, conforme as cidades europeias ficavam cada vez mais fétidas no século XVII (GOTTFRIED, 2011). Por terem crescido de forma desordenada, suas ruas eram sujas, com um odor extremamente desagradável. A população da época também não possuía primorosos hábitos de higiene e, por isso, os perfumes eram usados de forma demasiada (LUCCA, 2010). Fragrâncias em fartura eram necessárias para combater as zonas de desastre olfativas, como as prisões, hospitais, navios, igrejas, teatros, oficinas. Ou seja, qualquer lugar onde houvesse um agrupamento de pessoas (SELL, 2006). Duas fragrâncias formadas por misturas complexas para a época cresceram em popularidade, *La Poudre de Marechale* (1670) e *Eau de Cologne* (1710), marcando um movimento de preferência em relação aos fortes aromas de animais. Essa última foi elaborada por um italiano em uma loja em Colônia, sendo originalmente comercializada como “remédio para todos” e “elixir da vida”. Contudo, se tornou um perfume popular principalmente devido ao frescor obtido a partir de extratos de ervas e óleos cítricos (BUTLER, 2000).

Conforme a demanda foi aumentando, a produção deixou de ser artesanal e notáveis casas de fragrância surgiram no século XVIII na França, Inglaterra, Alemanha e Suíça, formando o alicerce da perfumaria europeia, supremacia que perdura até hoje (LUCCA, 2010). Dentre elas, destacam-se as tradicionais Chris (1768), atualmente Quest; Cavallier & Fils (1795); Roure-Bertrand Dupont (1820), atual Givaudan; Mane & Fils (1871); Haarmann & Reimer (1874); Polak & Schwarz (1889), atual IFF e Chuit, Naef & Cie (1895), atual Firmenich. Durante esse período, diversas publicações sobre plantas foram escritas, inclusive abordando o uso medicinal (ASHCAR, 2001).

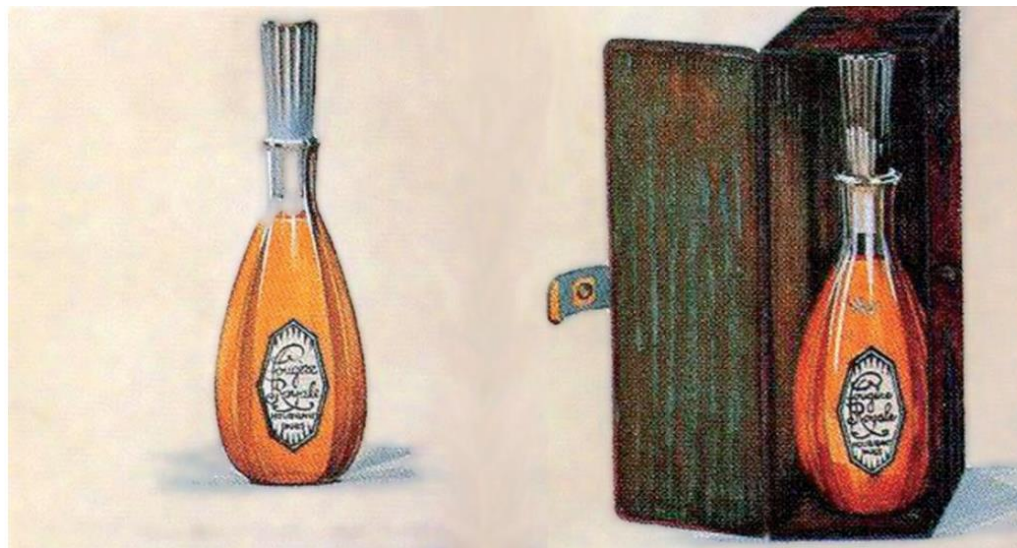
Os odores, por serem intangíveis e frequentemente fugazes, participaram de diversas histórias da época. Conta-se que Henrique III (1551 – 1589) se apaixonou por Maria de Cleves (1426 – 1487) depois de respirar pela primeira vez o odor de seu corpo desnudo. Henrique IV de França (1553 – 1610) tinha um cheiro tão forte e desagradável

que Maria de Médici (1575 – 1642) desfaleceu quando o conheceu. Os reis franceses e seus tribunais apreciavam o uso de fragrâncias: Luís XIII (1601 – 1643) preferia o néroli, Luís XIV (1638 - 1715) compôs suas próprias essências com sua amante, havendo uma para cada dia da semana, porém foi com Luís XV (1710 – 1774) que elas atingiram seu ápice e sua corte era conhecida como "*La Cour Parfumée*" (Corte perfumada) (SELL, 2006). Com desmedida fama, sua amante, Madame Pompadour (1721 – 1764), não poderia ter gostos diferentes. Famosa por longos banhos, usando sabonetes de lavanda e outras flores herbáceas, Mme. ajudou a popularizar o banho. Entretanto, foi Napoleão Bonaparte (1769 – 1821) quem colocou a prática em alta, criando uma consciência da importância dos hábitos de higiene (ASHCAR, 2001). Conhecido por ser compulsivo por limpeza, registros mostram que Napoleão usava cerca de sessenta frascos de colônia de alecrim por mês (WILDWOOD, 1994).

No século XIX houve um grande progresso na área industrial, relacionado, principalmente, a ascensão dos conhecimentos sobre a química orgânica (LUCCA, 2010). O processo de extração com solventes, descoberto em 1830, possibilitou aos perfumistas utilizarem matérias-primas sensíveis ao calor, como o jasmim e narciso, formando a classe dos absolutos (ASHCAR, 2001). Em 1833, Joseph Dumas desenvolveu fórmulas empíricas para a cânfora, anetol e compostos similares e, em 1853, Bertagnini e Pirie constataram que alguns dos aldeídos alifáticos eram odoríferos. A partir disso, levantou-se a hipótese de que essas substâncias recém-descobertas poderiam alterar a história da perfumaria, ao serem misturadas com óleos naturais de flores, resultando em uma mistura que não se parecesse com nenhuma outra em particular (BUTLER, 2000). Na segunda metade do século, a produção comercial de produtos químicos específicos, como a cumarina, o linalol, o acetato de linalila e a vanilina, permitiu que odores distintos fossem desenvolvidos. Um deles, que marcou o nascimento da perfumaria moderna por ser o primeiro perfume a incluir uma molécula sintética em sua fórmula, foi o "*Fougère Royale*" (figura 13) lançado em 1822 pela Houbigant Company. Composta por um acorde de musgo de carvalho, lavanda, bergamota e cumarina, a adição desta última deu originalidade e tenacidade aos aromas naturais, proporcionando um cheiro de feno recém-cortado. "*Fougère Royale*" abriu caminho para toda uma série de harmonias olfativas chamadas de acordes

fougère, que ainda são usadas em muitas composições femininas e masculinas, como Paco Rabanne para homens.

Figura 13 – Ilustração do antigo frasco de Fougère Royale, Houbigant Company



Fonte: DE NICOLAI, 2008

Essa criação histórica foi seguida, anos depois, por Jicky, de Guerlain. Nela, foram adicionadas notas frescas de bergamota e lavanda, somadas as notas de base de óleo de sândalo e civeta, que lhe deram um aroma complexo e moderno. A molécula sintética da vanilina foi adicionada para amplificar a intensidade das notas naturais e adicionar uma nota original (DE NICOLAI, 2008; BONTÉ, 2008). Apesar de ter sido formulado para o público masculino, conquistou as damas da sociedade, com seu frasco de cristal Baccarat. O uso de fragrância começou a se tornar estereotipado por gênero, onde as misturas florais doces foram consideradas exclusivamente femininas, enquanto as notas mais nítidas e amadeiradas foram caracterizadas como masculinas (GOTTFRIED, 2011).

No final do século XIX, a ciência, o processo de industrialização e a demanda crescente do mercado fomentavam o crescimento do uso de perfume e o prazer obtido com ele. A síntese de produtos químicos aromáticos possibilitou químicos e perfumistas a escolherem e avaliarem os custos dos materiais. Assim, o perfume finalmente alcançava as massas, criando um cenário ainda mais favorável no século XX, que estimulou ainda mais o uso de fragrâncias. Novos nomes surgiram para atender à essa

demanda volumosa, como Savory e Moores, Atkinsons, Chardin, Crown e Roger & Gallet (FERNANDEZ, 2008).

Dentre os que surgiram nesse período, um deles destacou-se substancialmente. François Coty foi um grande perfumista não apenas por transformar a perfumaria em uma obra de artes, como por entender que a precificação era um fator crucial para o desenvolvimento desse mercado. Assim, se mostrou como um visionário no campo dos negócios com sua célebre declaração “Dê a uma mulher o melhor produto que você pode compor, apresente-o em um recipiente de gosto simples, mas impecável, a um preço razoável e um grande negócio surgirá como o mundo nunca viu” (SELL, 2006, p. 23). A primeira criação de Coty foi “La Rose Jacqueminot”, em 1904, marcou uma revolução não apenas na criação de perfumes, mas também na maneira em como os perfumes eram engarrafados, embalados e vendidos. Sua construção foi em torno de um acorde de absoluto de rosa (*Rose Absolute*), acrescido de bases sintéticas, como o rodinol. Esse último é um dos principais constituintes do óleo de rosa e gerânio, sendo produzido por saponificação do óleo de gerânio, seguido de destilação fracionada. Essa combinação originou um perfume inédito, apesar das inúmeras fragrâncias de rosa existentes (DE NICOLAI, 2008).

Finalmente, em 1921, surgia uma das mais famosas fragrâncias da história, o “Chanel nº 5”. A fórmula final foi obtida através de experimentações com novos aldeídos sintéticos. Coco Chanel, que acompanhava o desenvolvimento de Ernest Beaux de perto, buscava por uma fragrância que evocasse liberdade e sofisticação. Além das notas de aldeídos, o perfume continha jasmim, rosa, ylang ylang, íris, âmbar, patchouli, e também secreções das glândulas perineais do gato da civeta - secreções com forte odor almiscarado e fecal. “Chanel nº 5” se popularizou na França e na Europa após sua criação, mas se tornou um sucesso quando foi lançado nos Estados Unidos no início dos anos 50, tendo a icônica Marilyn Monroe como apreciadora, que falava que usava “apenas duas gotinhas de Chanel nº 5” para dormir. A fama do perfume permanece até os dias de hoje, que, de acordo com o governo francês, um frasco é vendido no mundo a cada 30 segundos (WILDWOOD, 1994; GOTTFRIED, 2011; MAZZEO, 2011).

Figura 14 – Marilyn Monroe usando Chanel nº5, popularizando o perfume nos Estados Unidos ao responder que usava “apenas duas gotinhas de Chanel nº5” quando questionada por um repórter sobre o que usava para dormir



Fonte: Pinterest

Na virada do século, os perfumistas possuíam um leque de possibilidades para criar novos odores compostos a partir dos óleos naturais, absolutos e isolados, juntamente com produtos químicos sintéticos. A quantidade começou a exigir um controle de qualidade mais criterioso, que era feito por exames químicos e físicos, além de avaliação olfativa. Porém, nos anos 80, o advento da espectrometria de massa de alta resolução possibilitou a identificação e a pureza dos constituintes dos óleos essenciais e perfumes com mais rapidez e precisão (FERNANDEZ, 2008). A perfumaria tornava-se uma ciência cada vez mais exata, ao mesmo tempo em que carecia de uma vocação artística, muito singular quando comparada com outros ofícios. Misturando tantas aptidões e com o ramo progredindo cada vez mais, foi elaborada uma ordenação dos odores em oitavas, tal qual como a escala musical, sugerindo que misturas perfumadas formassem acordes harmoniosos. A partir dessa metáfora, construíram a



pirâmide olfativa (figura 15), que se tem atualmente (BUTLER, 2000). Nele, os produtos mais voláteis, aqueles que evaporam mais rapidamente, compõem as notas de saída. Os produtos com volatilidade intermediária formam as notas de corpo ou de coração, enquanto aqueles com baixa volatilidade correspondem às notas de base, que são moléculas mais tenazes. Fernandez e colaboradores (2008) sugerem as seguintes proporções para cada tipo de nota deste modelo: 15 a 25% para as notas de saída, 30 a 40% para as notas de corpo e 45 a 55% para as notas de base.

Figura 15 – Modelo em pirâmide das estruturas dos perfumes e suas principais famílias olfativas

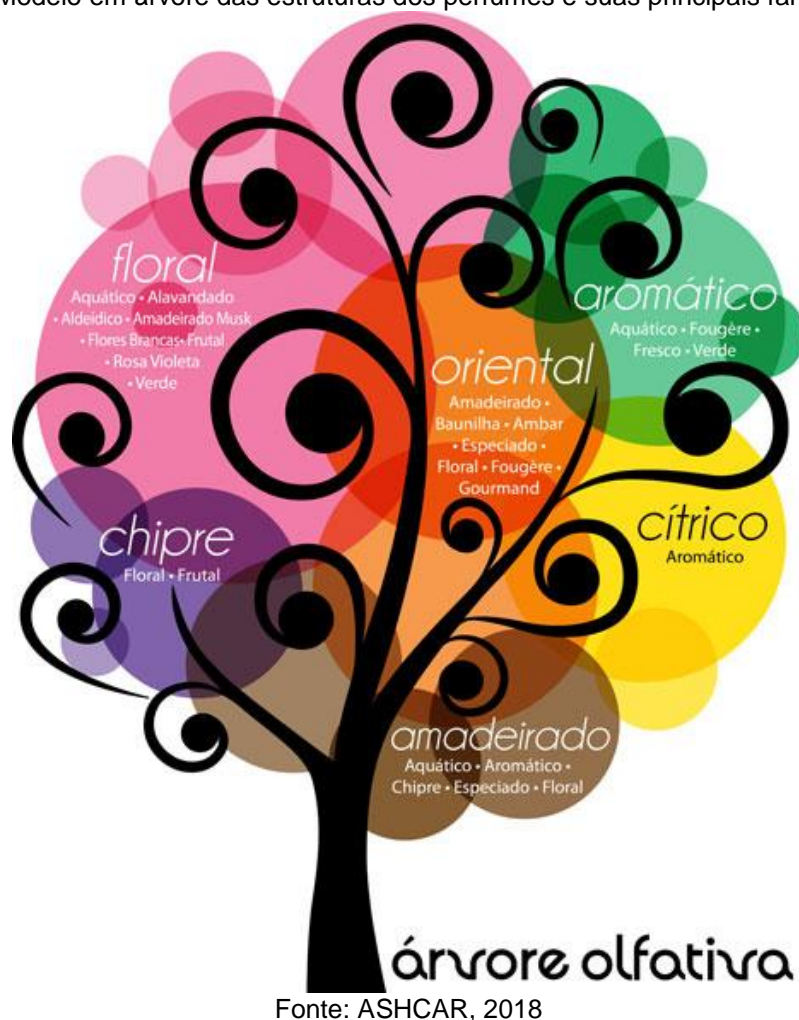


Outros modelos também foram criados para ilustrar a classificação olfativa, como o de Ashcar (2018) que sugere uma árvore olfativa, ilustrada na figura 16. A autora elucida que, por perfume e emoções estarem intimamente ligados, conceitos subjetivos podem ser utilizados para definir um cheiro, como doce, fresco, forte, além de outras concepções pessoais como bom ou ruim. Contudo, classificar uma fragrância no âmbito profissional exige conhecimentos técnicos, critérios objetivos, com padrões internacionais. Aschar propôs o modelo em árvore para considerar particularidades da cultura brasileira, a qual cada família possui suas subcategorias. De acordo com a



mesma, a lavanda seria um exemplo dessa singularidade, pois enquanto em outros países ela possui uma direção olfativa masculina, aqui ocupa um respeitável espaço dentro da classificação olfativa feminina. Deve-se enfatizar, porém que o modelo em pirâmide é o mais utilizado.

Figura 16 – Modelo em árvore das estruturas dos perfumes e suas principais famílias olfativas



Retornando ao início do século XX, outro acontecimento também marcou a sua virada: a indústria do perfume, finalmente, chegava ao Brasil (WILDWOOD, 1994). Essa história, diga-se de passagem, começou muito antes desse período, podendo-se dizer que ela é anterior à chegada dos portugueses e para ser entendida é preciso retroceder no tempo. Grande parte do conteúdo dessa narrativa foi obtido no livro *Brasilessência* da pesquisadora Renata Ashcar (2001), bem como informações extraídas dos próprios

sites de grandes indústrias brasileiras do ramo, como Natura, Boticário e Granado, uma vez que muito pouco é descrito sobre este tema na literatura até o momento. Seu início se deu juntamente aos índios nativos, que tradicionalmente usavam ervas com fins curativos e em rituais, invocando o sobrenatural e o divino, como ocorrido com diversas culturas ancestrais. Os nativos detinham um conhecimento admirável sobre propriedades medicinais e usos farmacêuticos das plantas, porém, para os europeus, tal sapiência era primitiva quando comparada com seus conhecimentos químicos já adquiridos. Práticas odoríferas indígenas foram registradas desde o princípio – cultuavam os deuses, delimitavam espaços, discerniam alimentos bons e ruins e determinavam hierarquias. Tinham o hábito de queimar ervas fragrantas, além de esfregá-las no corpo para curar doenças. Através deles, também se preparavam para guerras, caças, amor, casamento e morte. Os índios, aliás, possuíam uma própria classificação olfativa: cheiro brando, cheiro forte e cheiro penetrante, onde, por exemplo, homens adultos, mulheres e idosos compunham, respectivamente, cada uma das classes. Outro ponto crucial das tribos indígenas era sua relação com a água, que a consideravam sagrada e, por isso, tomavam banhos diários. O conceito de higiene europeu não se aplicava aos seus hábitos, que tencionavam estritamente em garantir a saúde, não para mascarar cheiros. O conhecimento das terras pelos portugueses, no início da idade moderna em 1500, logo gerou grande interesse devido a opulência de suas florestas tropicais (CLASSEN, 2002). Não era de se esperar o contrário, visto que o Brasil detém a maior diversidade de flora e fauna do planeta ainda hoje (ZANIRATO, 2010).

O processo de colonização ocorrido nessas terras destoou de outros anteriores, sendo relacionado até como uma consequência do avanço da expansão marítima realizada por Portugal. Assim, desencadeou a miscigenação dos povos nativos com os europeus, ao acolher imigrantes e absorver seus costumes. Outra distinção desse curso foi a chegada dos escravos africanos vindos de diversos locais desse enorme continente, misturando ainda mais a cultura que estava se formando (FAUSTO, 1994). Os escravos ensinaram a importância da salubridade através de banhos periódicos. Com o sincretismo religioso, surgiram as primeiras religiões afro-brasileiras, que preservaram o vínculo com aromas de suas matrizes africanas. Isso pode ser visto

através da queima de incensos, banhos de ervas e ritos de defumação para purificação dos participantes, como também do local da cerimônia. Assim, mais uma vez, a fé foi um fator central para a origem dos aromas no Brasil, independente da religião, católica ou candomblé, da região, do Oiapoque ao Chuí e da cultura, do boi-bumbá ao carnaval (TINHORÃO, 2001; ASHCAR, 2001).

Quanto aos perfumes, particularmente, esses ficaram desconhecidos aos brasileiros até o século XIX, cuja realidade só mudou quando a corte foi transferida para o Brasil, momento em que houve a abertura dos portos às nações amigas (FAUSTO, 1994). A partir disso, a produção de artigos de luxo foi concedida, abrindo caminho para manipulações, as quais estavam restritas às pequenas boticas locais. Durante o Império, o Brasil consumia perfumes de forma voraz, figurando entre os maiores importadores de perfumes franceses da época, atrás somente da Inglaterra de acordo com registros em *Le Livre des Parfums* de 1867. Porém, o processo de industrialização só conseguiu alavancar quando findada as relações comerciais com os ingleses. Outro fator que impulsionou esse processo foi o abolicionismo, incitando uma corrente migratória em busca de mão-de-obra livre. Em 25 anos, mais de 1 milhão de trabalhadores assalariados estrangeiros imigraram no país, que formariam uma classe média local e fomentaram o comércio. O estímulo que faltava ocorreu em 1889, quando foi declarada a República (ASHCAR, 2001).

Assim, a produção de remédios e produtos de toalete adaptados às necessidades locais foi iniciada antes da virada do século, com apoio da classe dominante. Os negócios foram movidos principalmente por imigrantes recém-chegados. Um exemplo foi o português José Antonio Coxito Granado, que chegou no Rio em 1860 e foi trabalhar numa botica, adquirindo-a 10 anos depois. Em seu primórdio, manipulava produtos a partir de matérias-primas obtidas no seu sítio em Teresópolis (RJ). Além disso, também importava produtos da Europa, adaptando suas fórmulas caso necessário. Em 1880, seu estabelecimento passou a se chamar “Imperial Drogaria e Pharmacia de Granado & Cia”, sendo farmácia oficial da família imperial e tinha estampado o brasão do império. José Granado não ficou conhecido apenas por seus produtos, como também por seu levantamento sobre as plantas medicinais brasileiras, o que levou a publicação de um catálogo francês. Durante os anos de 1887 a 1940, ele

editou o almanaque anual “O Pharol da Medicina” (figura 17), que disseminava novas técnicas de tratamento e medicamentos. Anos depois, a casa facultou a publicação da primeira farmacopeia brasileira, produzida pelo diretor-técnico do laboratório (GRANADO, 2017).

Figura 17 – Capa do jornal “O Pharol da Medicina” publicado pela Granado



Fonte: Granado

Outros exemplos seriam a Perfumaria Kanitz, formada em 1874 por imigrantes húngaros, que ficou conhecida por seus sabonetes e, anos depois, por produtos como Água de Hungria, Acqua Lis e Cheirinho de Bebê. Francesco Matarazzo, por sua vez, fundou as Indústrias Reunidas Francisco Matarazzo, em São Paulo, que continha uma seção de perfumaria voltada para a produção de sabonetes, o qual se tornou seu principal produto. O mesmo caminho foi seguido por José Milani que patenteou em 1913 o sabonete Gessy que dominou o mercado e batizou, em 1932, a empresa,

outrora denominada José Milani & Cia. O nome era inspirado na noiva de um amigo do filho que residia em Paris, cidade de grande influência na moda da época. Com formato arredondado de rosa e um aroma diferenciado, os sabonetes logo se tornaram artigos de beleza e, rapidamente, a empresa ampliou seu portfólio para brilhantina, sabonetes prensados a mão, óleo de cabelo e Água de Cheiro, além de produtos de limpeza, alimentos e correlatos. Na década de 60, a Gessy foi incorporada pela empresa inglesa Unilever, iniciando, assim, a veiculação de comerciais para o grande público, através de *jingles* e rádios. À época, o pensamento de sua equipe de marketing foi tão revolucionário que a empresa patrocinou as primeiras telenovelas, inovando na forma de propagandas. Atualmente, a Unilever possui marcas como Lux, Rexona, Seda, Omo, Hellmann's, Kibon e muitos outros (ARRUDA, 2005).

Um de seus concorrentes, o Eucalol, só conseguiu se destacar no mercado com o lançamento das “estampas Eucalol” (figura 18), lançadas na década de 30. Eram embalagens que traziam desenhos variados, sobre moda, fauna e lendas indígenas, com um texto explicativo, os quais foram colecionadas em toda a América Latina. Desta forma, a perfumaria brasileira se desenvolvia aos poucos, tanto em qualidade, como em quantidade (ASHCAR, 2001).

Figura 18 – Imagens das estampas utilizadas na embalagem do sabonete Eucalol

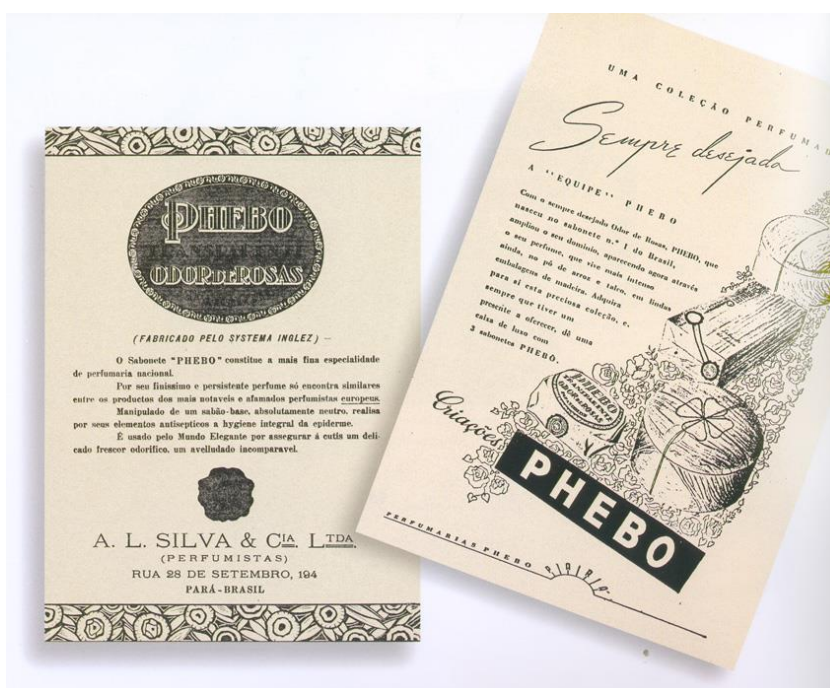


Fonte: Pinterest



Em 1930 surgia em Belém a perfumaria Phebo, anteriormente nomeada Perfumaria Luzitana. Formada por uma família portuguesa, sua intenção era de criar produtos de alta qualidade, com fragrâncias igualmente originais. O nome escolhido para a marca foi em homenagem ao deus grego do Sol, Febo, como um simbolismo à nova era que chegava para a perfumaria brasileira. O primeiro produto da marca, sendo ainda o mais renomado, foi o sabonete com odor de rosas, em formato oval e cor escura característica. Sua fragrância continha óleo de pau-rosa (*Aniba rosaeodora*) com diversos componentes, mais especificamente 145, dentre eles sândalo, cravo da Índia e canela de Madagascar. Outro produto de grande reputação foi a Colônia de Seiva de Alfazema, inspiração de uma viagem de seus donos à Suíça, a qual foi altamente aceita pelos brasileiros. Iniciava o percurso do Brasil na industrialização de bens de consumo. A Phebo permaneceu como uma indústria familiar até o final da década de 80, quando foi adquirida pela Proctor & Gamble, seguido da Sara Lee, mas depois foi incorporada ao Grupo Granado (GRANADO, 2017).

Figura 19 – Antigo anúncio do sabonete Phebo - odor de rosas



Fonte: Pinterest

Foram diversos lançamentos e o mercado estava em constante progresso. Empreendedores viajavam pelo país distribuindo produtos, como José da Silva Martins, de Portugal, que vendia fragrâncias importadas da Roure-Bertrand Fils & Justin Dupont, futura Givaudan, uma das maiores empresas do ramo de fragrâncias de hoje. O sabonete Lux conseguiu se sobressair graças a embalagem em caixa, porém, não foi o suficiente para ultrapassar seu principal concorrente, o Gessy. A disputa pelo mercado de higiene conseguiu atrair casas de fragrância mundiais, porém a oferta dos produtos ficava restrita à burguesia. As matérias-primas, por serem importadas, aumentavam o custo dos produtos, restringindo ainda mais seu mercado. Contudo, um fenômeno de vendas que conseguiu atingir todas as classes sociais foi o Leite de Rosas, da empresa L.R. Companhia Brasileira e Produtos de Higiene e Toucador de Francisco Olympio. Era usado como desodorante, leite de limpeza, loção protetora, perfume e até pós-barba. Seu diferencial foi obtido através das inúmeras campanhas publicitárias inovadoras, veiculando-o em revistas, rádios, televisões e até fazendo parte de contos da época. A figura 20 ilustra uma propaganda da época (LEITE DE ROSAS, 2019).

Figura 20 – Panfleto de antiga propaganda do Leite de Rosas



Fonte: Pinterest

O ramo masculino era limitado a uma parte seleta da elite, até a Coty chegar no Brasil em 1934. Através de sua estratégia de fabricar seus produtos no local, com a mesma qualidade da matriz, conseguiu preços inferiores e mais competitivos. A modernização na fabricação com a chegada de equipamentos modernos possibilitou sua elevação a um patamar mais refinado. Nesse momento, apenas a fabricação de colônia possuía reservatórios cuja capacidade somava mais de 44 mil litros, ampliando a oferta local. Contudo, na década de 30, com as crises internacionais que precederam a 2ª Guerra Mundial, houve uma redução das exportações e de aportes internacionais. A Era Vargas, com suas medidas nacionalistas e intervencionistas, também auxiliaram no descontentamento de investidores, o que tornava o ambiente pouco propício para o desenvolvimento das indústrias locais, que até aquele momento cresciam numa taxa de 125% ao ano. Iniciava o processo de urbanização do país para os grandes centros (ASHCAR, 2001).

Nos anos 40, surgiu o Sindicato das Indústrias de Perfumaria e Artigos de Toucador do Estado de São Paulo (SIBATESP). O consumo de perfumas estava sendo introduzido aos costumes, principalmente dos nordestinos. Várias novidades foram lançadas nessa época, como a linha “Cashmere Bouquet”, da Colgate & Company, cujo perfume conquistou mulheres, prometendo agregar mais encanto às usuárias (Ashcar). A crescente demanda descentralizava os negócios, que emergiam de norte a sul do país. Em porto Alegre, por exemplo, a Memphis foi adquirida em 1949 pelo perfumista alemão Carlos Lutz. A marca prosperou com seu creme facial e a linha Alfama de Flores, composta por sabonete e loção, sendo a pioneira na distribuição por todo o país (MEMPHIS BRASIL, 2019).

Durante a década de 50, época conhecida como “anos dourados”, houve um novo aceleração na industrialização sob incentivo do Estado. Nesse momento, a perfumaria estava se popularizando, através de marcas como Coty, Atkinsons e Phebo. Os mesmos recursos financeiros disponíveis para as empresas europeias e americanas, poderia ser utilizado também para as brasileiras (ASHCAR, 2001). A concorrência se tornou ainda mais assídua com a entrada da empresa espanhola Dana em 1956, que lançou a marca Tabu, contendo em seu portfólio colônias, extratos,



loções, linha de maquiagem, talco, produtos hidratantes, dentre outros (DANA COSMETICOS, 2019).

A entrada da mulher no mercado de trabalho, possibilitou que essas adquirissem os produtos desejados com seu próprio dinheiro ou mesmo frequentarem salões de beleza sofisticados. No final da década, o governo de Juscelino Kubitschek estimulou a economia com seu projeto “50 anos em 5”. JK abriu o país para o capital estrangeiro, barateou o custo de mão-de-obra, das matérias-primas e subsidiou novas fábricas. Até meados da década de 50, as principais indústrias de fragrâncias mundial já haviam entrado no país: Givaudan (1949), IFF (1951), Firmenich (1952) e Haarmann & Reimer (1955) (ASHCAR, 2001).

Um pouco antes da virada da década, em 1958, a Avon chegava no Brasil, revolucionando conceitos de venda e desequilibrando o campo da cosmética. Seu sistema de venda direto através de representantes domiciliares propiciou grandes mudanças no contexto social, oferecendo oportunidade de trabalho a muitas donas de casa através do slogan “Avon Chama” (figura 21). Estima-se que mais de 40 milhões de mulheres em todo o mundo já venderam um produto Avon, possuindo mais de 700 mil revendedores no território nacional. Através dessa sua forma de venda, conseguiu atingir áreas remotas do país, como na região Amazônica. Entre os produtos de sucesso da empresa, destaca-se o perfume *Sherazade*, uma fragrância oriental com um frasco inspirado no tempo de *As Mil e Uma Noites*. Seu rápido sucesso estimulou interesse de outras concorrentes, como a Christian Gray e a francesa Rhodia (AVON, 2019). Um ano depois, outra grande empresa também se interessou pelo mercado brasileiro – a francesa L’Óreal. Em 1960 a empresa inaugurou sua primeira fábrica e Centro de Distribuição, passando a comercializar as principais linhas da matriz (LOREAL, 2015).

Figura 21 – Publicidade “Avon Chama”, que convocou mulheres para trabalharem como representantes na empresa



Fonte: Pinterest

O conceito de sofisticação passava a existir também para a cosmética e na metade da década de 60 surgiria o primeiro perfume de luxo brasileiro, o Rastro, de responsabilidade de Aparício Basílico da Silva, um artista plástico brasileiro, que em pouco tempo criou filas à espera de sua criação. A lavanda “Giovanna Baby” seguiu o sucesso, inovando em qualidade e *design*, criando uma nova segmentação, o mercado infanto-juvenil. Esses lançamentos de 65 e 74, respectivamente, conseguiram se distinguir durante muitos anos no mercado voltado para uma classe refinada. Apesar de ambos serem de lavanda, a primeira era fresca, enquanto a segunda, almiscarada. Essa última foi formulada em uma farmácia de manipulação na cidade de Curitiba, denominada n’O Boticário, trabalhada por Giovanna Kupfer, dona de uma loja de moda, e Miguel Krigser. A colônia que oferecia frescor e pureza às crianças, passou a ser vendida nas lojas da rede e rapidamente se tornou desejada. Para seu lançamento, Giovanna derramou frascos e mais frascos nas ruas a caminho da sua loja,

impregnando as calçadas com seu aroma singular. Na loja, o perfume era pulverizado no ar condicionado. Sua estratégia, que não recorreu a anúncios publicitários, trouxe clientes na mesma hora, criando filas em sua porta na rua Augusta. Giovanna também lançou sachês perfumados, velas, colônias, xampus, condicionadores, sabonetes, loções para o rosto, desodorante e óleos para banho. Nos anos 80 já havia se expandido por todo o Brasil, havendo pontos de venda até em Nova Iorque (ASHCAR, 2001; GIOVANNA BABY, 2018).

A trajetória de Miguel Krigsner não poderia deixar de ser comentada. Iniciada em 1977 na Rua Saldanha Marinho, localizada no centro de Curitiba, Miguel e mais 3 sócios abriram uma farmácia de manipulação boutique (figura 22). Seu nome era uma homenagem aos antigos farmacêuticos, que manipulavam medicamentos de forma artesanal. Iniciava, assim, a história da “O Boticário”, império que hoje conta com mais de 2000 lojas espalhadas pelo Brasil inteiro, além de pontos em Portugal, Japão, Paraguai, Peru e Bolívia. Com a proporção adquirida, não é fácil imaginar que no princípio eram oferecidos apenas dois produtos cosméticos à base de algas marinhas – shampoo e hidratante. Em 1979, sua carreira se cruzou com a de outro empreendedor, Silvio Santos, que havia desistido de abrir uma marca de perfumaria no Brasil e possuía 60 mil frascos em forma de ânfora que deseja vender, mas apenas se o comprador levasse todo o montante. Miguel fez uma proposta sob a condição de devolvê-los caso não conseguisse pagá-lo.

Figura 22 – Fachada de uma das primeiras lojas de “O Boticário”



Fonte: O Boticário

Ao mesmo tempo, surgia também a primeira colônia da marca, Acqua Fresca, após muitos testes e incertezas se aquele seria seu produto final. Não poderia ser mais assertiva, pois Acqua Fresca atingiu a marca da 2ª fragrância mais vendida do mundo. Era a primeira ânfora de O Boticário de muitas que vieram depois, tornando a logomarca da empresa. Ainda nesse mesmo ano, foi aberta sua primeira franquia no Aeroporto Internacional de Curitiba, um ponto estratégico de vendas devido ao fluxo de pessoas. A rápida aceitação pelo público estimulou a abertura de mais levando a necessidade de montar uma unidade fabril, que conta atualmente com cerca de 80 mil metros quadrados. Mesmo na década de 80, momento de dificuldade econômica em todo o país, a empresa continuou investindo em novos lançamentos, publicidade e abertura de lojas. Daí em diante lojas em Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro foram abertas. Com um pouco mais de 10 anos, em 1990, a empresa já inaugurava sua milésima loja. A elegância e sofisticação de seus produtos, somada a dificuldade de adquirir fragrâncias importadas que ficavam cada vez mais caras, conquistaram a classe média. Novos desafios surgiram nesse período e, em virtude do crescimento da concorrência, a empresa passou por uma reorganização administrativa e reestruturação, além de ampliar os investimentos na área da perfumaria seletiva. Todas as suas modificações desencadearam em grandes sucessos, como Malbec, Floratta, Uomini, Accordes e Portinari. Em 2000, gerava mais de mil empregos na indústria e uma quantidade 7 vezes maior no comércio. Seu desempenho exemplar lhe rendeu o prêmio de “Marca Notória”, como também premiações para suas estratégias de *marketing*. Atualmente, possui uma rede com quase 500 itens de higiene pessoal, maquiagem, produtos de tratamento e perfumes, contando com mais de 22 mil funcionários (BOTICARIO, 2019). Focando em inovação, uma das últimas apostas da empresa é o investimento na área da neurociência com o desenvolvimento de um perfume que promete trazer o cheiro da felicidade. Esse, denominado Linda Felicidade, é um projeto em parceria com a casa de fragrâncias Givaudan, onde centenas de fórmulas foram criadas, através da tecnologia “*Happy Mood*”, que se baseia em análises estatísticas para formulação do perfume. A atividade elétrica cerebral espontânea foi uma das etapas de análise na elaboração do produto. De acordo com pesquisadores, a associação de determinadas matérias-primas traz aos consumidores

à sensação de felicidade, sendo ela uma fórmula inédita, combinando notas de baunilha, limão italiano, caramelo e frutas vermelhas, que levaria a “*uma explosão olfativa*”. Contudo, inovar não é a única palavra em pauta para a empresa, que há tempos trabalha com a questão da sustentabilidade. Com vistas a isso, todas as lojas da marca passarão a reciclar seus resíduos a partir de um programa denominado “Boti Recicla” (DIARIO DOS CAMPOS, 2019).

Nas ruas de São Paulo, na Oscar Freire, outra futura grande empresa nascia. Cansado da carreira de economia, Luiz Seabra foi buscar novos rumos e fundou em 1969 a Indústria e Comércio de Cosméticos Berjeaut com um casal de amigos. O nome durou apenas alguns meses e logo virou a marca que se conhece atualmente - Natura. Contrapondo todas as tendências da época, lançaram um novo conceito de cosmética terapêutica, que focava na preservação da saúde como instrumento de beleza, através de tratamentos coordenados, utilizando produtos compostos por ativos de origem natural. Na loja, Seabra atendia pessoalmente aos clientes, através de consultas personalizadas e acompanhando de perto os resultados proporcionados.

Figura 23 – Logomarcas da Natura, ao longo dos anos de 1970 a 2000



Fonte: Natura

Todavia, até 1974, o negócio se conservou entre muitos percalços, momento em que foi adotado o modelo de venda direta, apostando na relação interpessoal. Sua missão de proporcionar o "bem-estar-bem", visando “relações harmoniosas do indivíduo consigo mesmo, com os outros e com a natureza”, se baseava no preceito de que “a beleza habita dentro de cada pessoa”. Para essa etapa, montou sua primeira equipe de consultoras, onde sua experiência pessoal foi substancial para esse início, que era repassada a todas. O método de consulta criado ambicionava a autoestima do próximo. O primeiro lançamento após essa reestruturação foi da linha SR. N, instaurando o

segmento masculino da marca. Na década de 80, foi impulsionada a expansão pelo país e, com 200 colaboradores e 2000 consultoras, alcançaram as diferentes regiões do Brasil. Em paralelo, novas perspectivas foram firmadas e, assim, a marca ampliou para o setor de maquiagem e perfumaria, alcançando seu primeiro mercado internacional, o Chile. Dez anos depois, a empresa contava com 1.800 funcionários e 50 mil consultas, criando uma sólida estrutura mesmo com os choques econômicos e períodos de recessão da época, o que lhe possibilitou a competir com grandes marcas. Alguns de seus lançamentos marcantes foram as linhas Erva Doce, Sève e Chronos. A Natura iniciava um novo ciclo, adotando a flor rosácea como símbolo da empresa (figura 23) e redesenhando os valores da marca: equilíbrio, transparência, humanismo e criatividade. Com isso, a Natura passou a atuar na área da saúde através de chás compostos, suplementos vitamínicos e fitoterápicos. A linha Ekos, lançada em 2000, teve grande impacto ao empregar ingredientes da biodiversidade brasileira, em diferentes produtos como shampoo, condicionador, sabonete, hidratante e óleo perfumado (ASHCAR, 2001; NATURA, 2018).

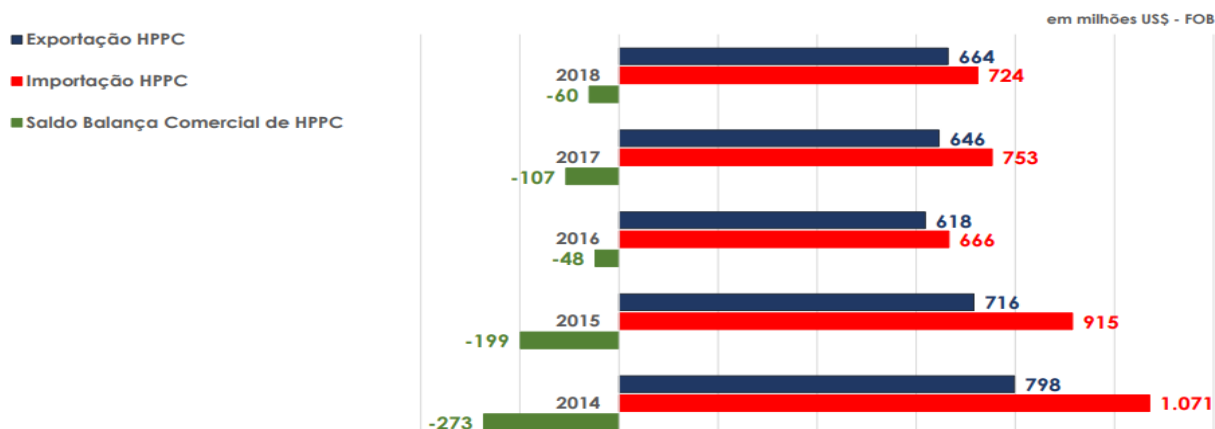
Assim, com uma trajetória complexa, a empresa hoje possui uma base consolidada em pilares que visam não só a excelência das fórmulas, como também a sustentabilidade do projeto. Em 2017, nasceu o grupo Natura & Co., junção das empresas Natura, Aesop e The Body Shop, que dois anos depois adquiriu a norte-americana Avon, formando um grupo avaliado em 11 bilhões de dólares (UOL, 2019). Atualmente, conta com mais de 400 produtos de higiene, perfumaria e cosméticos, possuindo lojas em Paris (2005) e Nova Iorque (2016). Dentre seus perfumes, evidenciam-se Kaiak, Horus, Kriska e Essencial, sendo o primeiro uma das fragrâncias recordistas de vendas da perfumaria brasileira (NATURA, 2018).

Uma outra marca que têm crescido substancialmente nos últimos anos no Brasil é a Hinode, criada em 1988 dentro de uma estrutura familiar, possuindo uma trajetória parecida com a de outras empresas anteriores. Em 2008 promoveu uma mudança no modelo dos negócios e em 2012 implementou o modelo de franquias. Seu marco foi em 2015, quando conquistou o prêmio de melhor criação perfumista da ABIHPEC, e no ano seguinte, ganhou outro prêmio pelo mesmo grupo: empresa do ano, alcançado também no ano seguinte pela “Atualidade Cosmética”. Não obstante, conquistou em 2018 o

prêmio Grandes Cases da Embalagem com seu perfume “Inebriante” e “Routine Age Reverse Booster Treatment”. Atualmente, possui mais de 300 mil consultores ativos na companhia e mais de 450 franquias, fechando o ano de 2018 com um faturamento total de R\$ 2,7 bilhões (HINODE, 2019).

Esse cenário é condizente com o panorama do setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (HPPC) no país, que hoje representa o 4º maior mercado consumidor, que movimentou mais de U\$ 30 bilhões de dólares em 2018, ficando atrás apenas dos Estados Unidos (1º), China (2º) e Japão (3º). Considerando, contudo, somente a categoria de perfumes, o país apresenta resultados ainda mais expressivos e ocupa o 2º lugar. Analisando ainda a representatividade do Brasil frente à América Latina, o país representou 48,6%, enquanto os outros 19 países da região somam os outros 51,4%. Outros dados expressivos referem-se ao mercado global de lançamentos de produtos, cujo país encontra-se em 3º lugar (1º Estados Unidos | 2º China), sendo o setor industrial que mais investe em publicidade. Outro importante dado refere-se a balança comercial do setor de HPPC que, ao analisar os últimos 5 anos, evidencia um crescimento considerável das exportações dos produtos brasileiros, reduzindo a diferença do saldo da balança comercial, conforme ilustrado no gráfico 5. Tal fato confirma o crescimento do setor de HPPC (ABIHPEC, 2019). Em contraponto, dados referentes à produção brasileira não foram vislumbrados.

Gráfico 5 – Balança comercial do setor de HPPC de 2014 a 2018 em US\$ milhões – FOB (Free On Board)



Fonte: ABIHPEC, 2019

Resultado semelhante foi visto durante o levantamento bibliográfico, pois não foi encontrado na literatura científica disponível nenhum artigo que abordasse a perfumaria nacional ou estudos realizados por brasileiros dentro desta temática. Tal fato demonstrou como os conhecimentos sobre esse ramo no país ainda são incipientes.

Ademais, dentro do contexto do objetivo da presente pesquisa, verificou-se que grande parte da literatura que foi desconsiderada correspondia a estudos toxicológicos (relacionados com o potencial alérgico) e farmacológicos do perfume e/ou de suas substâncias, conforme ilustrado no gráfico 4, apontando a trajetória percorrida pela comunidade científica nos últimos anos. Nota-se que tal decorrência foi concomitante à expansão das substâncias sintéticas. Atualmente são registradas 26 substâncias alergênicas, as quais compõem o Perfume Mix (PM), mistura utilizada para realizar testes alergênicos (Anexo 2). As análises revelaram que os perfumes antigos continham não só mais alvos alérgenos presentes no PM, como também estavam em uma concentração maior quando comparados com as novas composições. Tal fato levou a produtores de perfume em todo mundo a mudar algumas de suas composições, conforme demonstrado por Rastogi *et al.* (2003), que avaliaram formulações produzidas entre 1921 e 1990 frente às suas mesmas versões fabricadas anos depois.

Outro ponto que merece reflexão quanto à dificuldade de obtenção de informações sobre o tema seria que muitas pesquisas podem ter sido realizadas em diferentes áreas da ciência e em sua divulgação científica não “perfume” como palavra-chave, logo não seriam capturadas na estratégia de busca utilizada. Um exemplo atual seria o perfume Linda Felicidade da Boticário, onde inúmeros estudos científicos que foram realizados no campo da neurociência e, por conseguinte, as palavras chaves dessas pesquisas não seriam vinculadas a perfume.

Além disso, esse fato também exprime um caminho para o qual o mercado tem evoluído, uma vez que tenta entender cada vez mais o comportamento do consumidor e o que ele deseja. Recentemente, o olfato começou a ser considerado como um poderoso e envolvente sentido, visto que é capaz de evocar as emoções humanas com mais poderio que qualquer outro (GOBÉ, 2005 apud ATEM & ABREU, 2018). Apesar do tabu criado em torno desse sentido ao longo da história, ao entenderem a relação do



olfato com as emoções, publicitários o identificam hoje como uma relevante fonte de exploração mercadológica e lucro, pois a experiência sensorial é capaz de gerar uma memória afetiva de longo prazo. Num mundo com milhões de logos, imagens e informações disponíveis, as marcas veem a necessidade de valer-se da multissensorialidade não somente para obter a atenção do consumidor, como também para cativá-lo emocionalmente, o que têm sido alcançado, principalmente, com o olfato, por ser o único sentido fugaz que se conecta diretamente com o sistema límbico e com o hipocampo. Estudos de neuromarketing demonstraram também que clientes permanecem por um período maior em lojas com aromas agradáveis, em comparação a outras não perfumadas. Além disso, foi observado que o apelo sensorial ativaria um vínculo mais forte com a marca, afetando a percepção de qualidade do produto, possibilitando, assim, a valorização monetária do mesmo. Deve-se acrescentar ainda que as próprias compras são guiadas pela emoção, o que reforça a importância do olfato para esse âmbito (ATEM & ABREU, 2018).

Há, contudo uma ramificação da perfumaria que se opõe em seguir veemente o mercado e a moda, e entende que “*a criação às vezes exige surdez*”, como afirma o perfumista Jean-Claude Ellena, da *Maison Hermès*. Em seu livro “Diário de um perfumista” (2013) descreve algumas passagens em que expõe esse conflito sob sua perspectiva: “*Não é o mercado que nivela a proposição olfativa, é aquilo que lhe oferecemos*”. O perfumista responsável por sucessos como a coleção Hermessence, Terre d’Hermès e muitos outros ainda continua, afirmando que a partir dessa constatação, passou a obter uma postura de resistência, tentando combater “*a perfumaria de uniforme*” e, por isso, procura se impor. Segundo ele, a normalidade impossibilita o descobrimento de novos recursos e dificulta a renovação. Ele ainda deixa claro que o setor de marketing leva o nome de “serviço de desenvolvimento das coleções de perfumes” e que ele não exerce poder de decisão sobre a escolha dos produtos aromáticos finais (ELLENA, 2013, p. 62, 98, 106). Assim, Ellena torna claro a complexidade do trabalho do perfumista, o qual precisa usar a criatividade e seus conhecimentos químicos para misturar substâncias e no final, criar uma obra de arte, sem desagradar os consumidores.

Na condição de perfumista, não ocupo uma função, mas exerço um ofício, feito a partir de conhecimentos e *savoir-faire*, de habilidade, de perícia. Isso por si só

não basta: para continuar a existir, a exercer, devo inventar de modo permanente este ofício e não me limitar a repetir algumas receitas. Diferentemente de uma função quantificável, o ofício inventa seu campo de ação em caráter permanente, empurra sempre para adiante os limites de suas competências. Inventar e renove-se, crescer (ELLENA, 2015, p. 76).

## 5. CONCLUSÃO

Ainda que a escassez de dados, obtida pela pesquisa de busca, possa ter restringido na trajetória da perfumaria é possível verificar como essa narrativa é intrínseca à história da humanidade, cujo início também está fortemente relacionado com a história da medicina e da farmácia. Diversos achados evidenciam pontos coincidentes, onde muitas substâncias aromáticas foram utilizadas devido suas propriedades medicinais. Contudo, muito pouco se sabe sobre esses fatos, impossibilitando conclusões mais precisas e mais resolutivas. Essa falta de dados pode estar relacionada com a ausência de registro histórico de alguns povos, que foi evidenciado pela relação obtida entre a quantidade de referência frente a organização político-econômica dos mesmos, onde a maior quantidade de registros foi obtida para as grandes civilizações como romanos, gregos e egípcios. Ao passo que foram escassos sobre os hindus/indianos e árabes, povos conhecidamente descentralizados. Outro fator relacionado a escassez de dados, poderia ser associado à algumas barreiras linguísticas que perduram até os dias de hoje, como com os chineses, cretenses, indianos, alemães e outros. Não obstante, apesar da língua inglesa, atualmente, ser o padrão de escrita no ambiente acadêmico e científico, acredita-se que certas culturas ainda são mais resistentes à essa internacionalização e, com isso, esses artigos não são contemplados em certas bases mundiais.

Os registros históricos indicam que a perfumaria e cosmética não foram inventos que surgiram em um momento específico, tratando-se de frutos de todo um processo de evolução, que se transmitiu de um povo para o outro, que foi progredindo e se aperfeiçoando à medida que o processo cultural avançou, se desenvolvendo conforme os povos alcançaram certo nível de progresso e bem estar. Com isso, algumas civilizações antigas teriam contribuído com avanços no cultivo de plantas aromáticas, na composição e no desenvolvimento técnico-comercial dos perfumes.

Ao longo de toda a história, diferentes usos do perfume foram registrados. Em seu princípio foram utilizados para cultos divinos em praticamente todas as civilizações ancestrais, como também em banhos, para embelezamento e para a sedução. Além de

todas as formas de uso possuem um quê ritualístico, seus diferentes aspectos possuem forte relação com as emoções e a interioridade que o perfume é capaz de levar. Se proposital ou não, isso poderia explicar o tamanho desse setor nos dias atuais, graças à criação do hábito de se perfumar. Hoje a perfumaria mundial se construiu na sociedade de forma sólida e a cultura aromática é tão presente, que sentir cheiros se tornou algo passivo. Aromas estão presentes não só nos produtos específicos de higiene, cosméticos e perfumaria, como também em roupas, lojas, sapatos, restaurantes, supermercados, carros e muitos outros produtos que entenderam a importância da memória olfativa para o reconhecimento da marca, colocando o olfato à tona.

O trabalho registrou a importância e a influência socioeconômica que a perfumaria exerceu em várias civilizações ao redor do mundo, fato que não foi diferente no Brasil, onde a produção de perfume iniciou-se por volta do século XIX. Mais uma vez, essa história em particular também caminha lado a lado com a toda trajetória de formação do país, tendo seus primórdios junto com a chegada dos portugueses, que foram os primeiros a relatar o uso de especiarias nacionais já largamente utilizadas pelos povos indígenas. Apesar de poucas referências sobre sua trajetória, foi identificada uma curva de crescimento ascendente, que continua se intensificando, demonstrando o amadurecimento que o ramo vem sofrendo ao longo das últimas décadas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALFÖLDY, Géza; TRONCOSO, Víctor Alonso. **Historia social de Roma**. Madrid: Alianza, 1987.

ARRUDA, Sérgio. Histórias sobre produtos da Gessy **Lever que influenciaram o comportamento do consumidor brasileiro**. Rev Unicamp, v.3, n.5, 2005.

ASHCAR, Renata. **Brasilessência: A Cultura Do Perfume**. São Paulo: Nova Cultural, 2001.

ASHCAR, Renata. **Guia de perfumes 2019/2020**. São Paulo: Nova Cultural, 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOA, PERFUMARIA E COSMÉTICOS. **Publicação: Panorama do setor**. 2019. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2019-2/> Acesso em: 22/11/2019.

ATEM, Guilherme Nery; DE ABREU, Fernanda Ferreira. **O perfume do mundo: consumo de experiências de marca pelo olfato**. Signos do Consumo, v. 10, n. 2, p. 4-14, 2018.

AVON. **Nossa história**. 2019. Disponível em: <https://www.avon.com.br/aavon/historia-da-avon> Acesso em 20/11/2019.

BALASUBRAMANIAN, Narayanaganesh. **Scented Oils and Perfumes**. In: **Chemical Technology in Antiquity**. American Chemical Society, p. 219-244, 2015.

BARBEITOS, Carmo Lédna Pereira. **Percepção do olfato: folhas que não guardei**. Revista de arte, 2010.

BOTICÁRIO. **Nossa história: Histórias que tocam a pele**. Disponível em: <https://www.boticario.com.br/nossa-historia> Acesso em: 19/11/2019.

BONTÉ, Frédéric. **Les produits de soin de la peau: Guerlain: 180 ans d'expertise**. L'Actualité chimique, n. 323-324, p. 52-59, 2008.

BRASILESSÊNCIA. **Classificação olfativa**. 2019. Disponível em: <http://www.brasilessencia.com.br/classificacao-olfativa/> Acesso em: 31/11/2019

BRITO, Cristina; JORDÃO, Vera L.; PIERCE, Graham J. **Ambergris as an overlooked historical marine resource: its biology and role as a global economic commodity**. Journal of the Marine Biological Association of the United Kingdom, v. 96, n. 3, p. 585-596, 2016.

BUERA, R. P. **Los orígenes de la perfumaria**. 1ed. Espanha: Regia, 2013.

BURDOCK, George A.; CARABIN, Ioana G. **Safety assessment of sandalwood oil (*Santalum album* L.)**. Food and Chemical Toxicology, v. 46, n. 2, p. 421-432, 2008.

BUTLER, Hilda. **Cosmetics through the ages. In: Poucher's Perfumes, Cosmetics and Soaps**. 10ed. Springer, Dordrecht, 2000.

BYL, Sheila Ann. **The essence and use of perfume in Ancient Egypt**. 2012. Tese de Doutorado. University of South Africa.

CASTEL, Cécilia et al. **Perfumes in Mediterranean antiquity**. Flavour and fragrance journal, v. 24, n. 6, p. 326-334, 2009.

CHAUDHRI, S. K.; JAIN, N. K. **History of cosmetics**. Asian Journal of Pharmaceutics (AJP): Free full text articles from Asian J Pharm, v. 3, n. 3, 2009.

CHEN, Weiyang; VERMAAK, Ilze; VILJOEN, Alvaro. **Camphor—a fumigant during the black death and a coveted fragrant wood in ancient Egypt and Babylon—a review**. Molecules, v. 18, n. 5, p. 5434-5454, 2013.

CLASSEN, Constance; HOWES, David; SYNNOTT, Anthony. **Aroma: The cultural history of smell**. Routledge, 2002.

COMISSÃO EUROPEIA. **Perfume Allergies**. 2012. Disponível em: [https://ec.europa.eu/health/scientific\\_committees/opinions\\_layman/perfume-allergies/en/index.htm](https://ec.europa.eu/health/scientific_committees/opinions_layman/perfume-allergies/en/index.htm) Acesso em: 25/11/2019.

DA COSTA RIBEIRO, Palmira Margarida Ribeiro; DOS SANTOS, Nadja Paraense. **O olfato como objeto de história: a estética dos cheiros**. 2018.

DANA COSMÉTICOS. **Institucional: Nossa história**. 2019. Disponível em: <https://www.danacosmeticos.com.br/institucional/nossa-historia> Acesso em: 20/11/2019

DAY, Jo. **Botany meets archaeology: people and plants in the past**. Journal of Experimental Botany, v. 64, n. 18, p. 5805-5816, 2013.

DE NICOLAI, Patricia. **A smelling trip into the past: The influence of synthetic materials on the history of perfumery**. Chemistry & biodiversity, v. 5, n. 6, p. 1137-1146, 2008.

DIARIO DOS CAMPOS. **Por meio da neurociência, O Boticário traz “o cheiro da felicidade” em fragrância inédita**. 2019. Disponível em: <https://www.diariodoscamos.com.br/noticia/por-meio-da-neurociencia-o-boticario-traz-o-cheiro-da-felicidade-em-fragrancia-inedita> Acesso em: 21/11/2019.

ELLENA, Jean-Claude. **Perfume: The alchemy of Scent**. New York: Arcade Publishig, 2007.

ELLENA, Jean-Claude. **Diário de um perfumista**. São Paulo: Record, 2013.

FAUSTO, Boris; FAUSTO, Sergio. **História do Brasil**. São Paulo: Edusp, 1994.

FERNANDEZ, Xavier et al. **Parfum, chimie et création**. Actual. Chim, p. 323-324, 2008.

FERREIRA, F. M. **A Arte dos Perfumes: Técnicas e segredos da Alquimia dos Aromas**. 2 ed. São Paulo: Art & Tec Editora, 1993.

FERREIRA, L. **Deuses Egípcios (Cosmogonia)**. 2016. Disponível em: <https://antigoegito.org/deuses-egipcios/>. Acesso em: 15/11/2019.

FORBES, R J. **Studies in ancient technology**. Vol. 3 of 8 vols. Leiden: Brill. 1955 apud BYL, Sheila Ann. **The essence and use of perfume in Ancient Egypt**. 2012. Tese de Doutorado. University of South Africa.

FULLER, Christopher J. **The Camphor Flame: Popular Hinduism and Society in India**. Princeton, NJ: Princeton University Press. 1992 apud MCHUGH, James. **From precious to polluting: tracing the history of camphor in hinduism**. Material Religion, v. 10, n. 1, p. 30-53, 2014.

GIOVANNA BABY. **Institucional: Nossa história**. 2018. Disponível em: <https://www.giovanbababy.com.br/institucional/a-marca> Acesso em: 19/11/2019.

GOBÉ, M. **Fragrancias que seducen**. Branding emocional. Barcelona: Divine Egg Publicaciones, 2005 apud ATEM, Guilherme Nery; DE ABREU, Fernanda Ferreira. **O perfume do mundo: consumo de experiências de marca pelo olfato**. Signos do Consumo, v. 10, n. 2, p. 4-14, 2018.

GOTTFRIED, Jay A. **Neurobiology of sensation and reward**. CRC Press, 2011.

GRANADO. **Institucional: História Granado**. 2017. Disponível em: <https://www.granado.com.br/institucional/historia-granado> Acesso em: 19/11/2019.

GRANADO. **Institucional: História Phebo**. 2017. Disponível em: <https://www.granado.com.br/institucional/historia-phebo> Acesso em: 19/11/2019.

GROOM, Nigel. **The perfume handbook**. Springer Science & Business Media, 2012.

GRUPO HINODE. **História**, 2019. Disponível em: <https://grupohinode.com/o-grupo-hinode#historia> Acesso em: 20/11/2019.

GUENTHER, Ernest. **The essential oils - Vol 1: History-origin in plants-production-analysis**. Read Books Ltd, 1972.

GUIMARÃES, Maria. **Os mistérios dos cheiros**. Pesquisa FAPESP, v. 155, p. 16 – 21. 2009.

JACKSON, W. A. **The Queen of Hungary's Water: a further note on early British sources**. Pharmaceutical historian, v. 36, n. 4, p. 67, 2006.

KRISHNAMURTHY, Radha et al. (07) **Perfumery in Ancient India**. 1987.

KUMAR, AN Arun; JOSHI, Geeta; RAM, HY Mohan. **Sandalwood: history, uses, present status and the future**. Current Science, p. 1408-1416, 2012.

LAFONT, Olivier. **Le Livre du Préfet de Léon le sage: intérêt pour l'histoire de la pharmacie et des médicaments**. Revue d'Histoire de la Pharmacie, v. 93, n. 346, p. 247-256, 2005.

LANOË, Catherine. **Images, masques et visages. Production et consommation des cosmétiques à Paris sous l'Ancien Régime**. Revue d'histoire moderne et contemporaine (1954-), p. 7-27, 2008

LEFFINGWELL, John C. **Chirality and odor perception-Scents of precious woods**. Chimica Oggi-Chemistry Today, v. 24, n. 4, p. 36-38, 2006.

LEITE DE ROSAS. **Nossa história**. 2019. Disponível em: <http://www.leitederosas.com.br/site/historia-francisco-olympio.html>. Acesso em: 19/11/2019.

LEVEY, M. **Chemistry and Chemical Technology in Ancient Mesopotamia**. Elsevier: Amsterdam, The Netherlands, 1959 apud BALASUBRAMANIAN, Narayanaganesh. **Scented Oils and Perfumes. In: Chemical Technology in Antiquity**. American Chemical Society, 2015. p. 219-244.

LÓPEZ-SAMPSON, Arlene; PAGE, Tony. **History of use and trade of agarwood**. Economic botany, v. 72, n. 1, p. 107-129, 2018.

LOREAL. **Grupo L'oreal: Sobre a L'oreal no Brasil**. 2015. Disponível em: <https://www.loreal.com.br/grupo-l%C2%B4or%C3%A9al/sobre-a-lor%C3%A9al-brasil/historia-da-loreal-no-brasil> Acesso em: 19/11/2019.

LU, Di; LO, Vivienne. **Scent and synaesthesia: The medical use of spice bags in early China**. Journal of ethnopharmacology, v. 167, p. 38-46, 2015.

LUCCA, Letícia Grolli. **Perfumes: arte e ciência**. 2010.

MANNICHE, L. **Sacred luxuries: fragrance, aromatherapy and cosmetics in ancient Egypt**. London: Opus. 1999 apud BYL, Sheila Ann. **The essence and use of perfume in Ancient Egypt**. 2012. Tese de Doutorado. University of South Africa.



MAZZEO, Tilar J. **The secret of Chanel No. 5: The intimate history of the world's most famous perfume**. Harper Collins, 2011.

MCHUGH, James. **From precious to polluting: tracing the history of camphor in hinduism**. *Material Religion*, v. 10, n. 1, p. 30-53, 2014.

MEMPHIS BRASIL. **Nossa história**. 2019. Disponível em: <https://www.memphisbr.com/pt/nossa-historia> Acesso em: 20/11/2019

MICHIE, Colin A.; COOPER, E. **Frankincense and myrrh as remedies in children**. *Journal of the Royal Society of Medicine*, v. 84, n. 10, p. 602, 1991.

MIHINDUKULASURIYA, Prabo. **The Fragrance of Life: Cinnamon in the Bible**. *Journal of the Colombo Theological Seminary*, v. 8, p. 171-181, 2009;

MYKYTOWYCZ, R. **Olfaction—A link with the past**. *Journal of Human Evolution*, v. 14, n. 1, p. 75-90, 1985.

NATURA. **A Natura: Nossa história**, 2018. Disponível em: <https://www.natura.com.br/a-natura/nossa-historia> Acesso em: 20/11/2019.

PALAIRET, Michael. **Primary production in a market for luxury: the rose-oil trade of Bulgaria, 1771-1941**. *Journal of European Economic History*, v. 28, n. 3, p. 551, 1999.

PANAS, Marios et al. **The Byzantine Empress Zoe Porphyrogenita and the quest for eternal youth**. *Journal of cosmetic dermatology*, v. 11, n. 3, p. 245-248, 2012.

PETROIANU, G. A.; STEGMEIER-PETROIANU, A.; LORKE, D. E. **Cleopatra: from turpentine and juniper to ionone and irone**. *Die Pharmazie*, v. 73, n. 11, p. 676-680, 2018.

POUCHER, W.A. **Perfumes, Cosmetics and Soaps: The Production, Manufacture and Application of Perfumes: Volume 2**. 9 ed. Inglaterra: Springer Science & Business Media, 2012.

RASHKOW, Ezra D. **Perfumed the axe that laid it low: The endangerment of sandalwood in southern India**. *The Indian Economic & Social History Review*, v. 51, n. 1, p. 41-70, 2014.

RASTOGI, Suresh C.; MENNÉ, Torkil; JOHANSEN, Jeanne Duus. **The composition of fine fragrances is changing**. *Contact Dermatitis*, v. 48, n. 3, p. 130-132, 2003.

SELL, Charles S. (Ed.). **The chemistry of fragrances: from perfumer to consumer**. Royal Society of Chemistry, 2006.

THE METROPOLITAN MUSEUM OF ART. **Timeline of Art History: Works of Art**. 2019. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/toah/works> Acesso em: 17/11/2019.

THOMPSON, Sandra. **Spiritual practice and essential oil therapy: exploring the history and individual preferences among specific plant sources**. The International Journal of Aromatherapy, v. 2, n. 13, p. 108-113, 2003.

TINHORÃO, José Ramos. **Cultura popular: temas e questões**. Editora 34, 2001.  
UOL. **Natura confirma compra da Avon e cria grupo avaliado em US\$ 11 bilhões**. 2019. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/05/22/natura-confirma-acordo-aquisicao-avon.htm> Acesso em: 20/11/2019.

VAN DER VEEN, Marijke; MORALES, Jacob. **The Roman and Islamic spice trade: New archaeological evidence**. Journal of ethnopharmacology, v. 167, p. 54-63, 2015.

VON BOTHMER, D.; MERTENS, J. R. **Greek Art of the Aegean Islands**. An Exhibition. 1979.

WILDWOOD, C. **O Livro dos Perfumes: Sedução e Magia na arte de fazer e usar Perfume**. São Paulo: Nova Cultural, 1994.

YÉBENES, Sabino Perea. **El kyphi, un perfume ritual, mágico y medicinal en el universo egipcio grecorromano**. Espacio Tiempo y Forma. Serie II, Historia Antigua, v. 1, n. 24, p. 349-362, 2011.

ZANIRATO, Silvia Helena. **O patrimônio natural do Brasil**. Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, v. 40, 2010.

ZOHAR, Amar; LEV, Efraim. **Trends in the use of perfumes and incense in the Near East after the Muslim conquests**. Journal of the Royal Asiatic Society, v. 23, n. 1, p. 11-30, 2013.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1 – ESTRATIFICAÇÃO DAS REFERÊNCIAS INCLUÍDAS

Referência			Tempo histórico		Tema	
Fonte	Ano	Autor	Antigo	Moderno	Local/ Povos	Substância/ Perfume
B A S E  D E  D A D O S	1987	Krishnamurthy, R	1		Hindus	NA
	1991	Michie, CA & Cooper, E.	1		NA	Frankincensa e mirra
	1999	Paileret, M		1	Europeus	óleo de rosa
	2003	Thompson, S	1		Egípcios, Hebreus, Gregos, Romanos, Hindus, Árabes	NA
	2005	Lafont, O		1	Europeus	NA
	2006	Jackson, WA		1	Europeus	NA
	2006	Leffingwell, John C.		1	NA	Sândalo
	2008	Bonte, Frederic		1	Europeus	Guerlin
	2008	Burdock & Carabin		1	NA	Sândalo
	2008	Fernandez, Xavier; et al.	1	1	Europeus	NA
	2008	Lanoe, Catherine		1	Europeus	NA
	2008	Nicolai, P		1	NA	Perfumes marcantes
	2009	Chaudhri & Jain	1		Egípcios, Chineses, Árabes, Hindus	NA
	2011	Gottfried JA, editor.	1	1	Egípcios, Etruscos, Europeus renascentista	NA
	2012	Kumar, A. N. et al.	1		NA	Sândalo
	2012	Panas et al.	1		Império Bizantino	NA
	2013	Chen	1		Egípcios	Cânfora
	2013	Day	1		Egípcios e Romanos	NA
	2013	Zohar	1	1	Árabes	NA
	2014	McHugh	1	1	Hindus	Cânfora
	2014	Rashkow, Ezra D.		1	Hindus	Sândalo
	2015	Balasubramanian, N.	1		Mesopotâmicos, Egípcios, Gregos, Romanos, Chineses e Indos	NA
	2015	Lu, D & Lu, V	1		Chineses	Spices
	2015	Van der Veen M & Morales J.		1	Romanos e Árabes	Spices
	2016	Brito, C. et al.		1	NA	Ambergris
	2018	Lopez-Sampson, A		1	NA	Agarwood
	2009	Castel	1		Gregos, Romanos e Europeus	NA
	2010	Lucca, Leticia	1	1	Egípcios, Gregos, Romanos, Árabes, Europeus	NA
	2012	Byll, Sheila Ann	1		Egípcios	NA
	2012	Hajar		1	Egípcios, Gregos e Romanos	NA
	2017	Zimmerman, M	1		Egípcios	NA
L I V R O S	1993	Ferreira, Francisco	1		Egípcios, Árabes, Hindus, Romanos, Brasileiros	NA
	1994	Wildwood, Chrissie	1	1	Egípcios e Europeus	NA
	2000	Butler, Hilda	1	1	Egípcios, Mesopotâmicos, Indos, Cretenses, Romanos, Gregos, Árabes, Chineses, Europeus	NA
	2001	Aschar, Renata	1	1	Egípcios, Mesopotâmicos, Indos, Hindus, Árabes, Chineses, Japoneses, Cretenses, Gregos, Etruscos, Romanos, Europeus, Brasileiros	NA
	2002	Classen, C	1	1	Gregos, Romanos e Europeus	NA
	2006	Sell, Charles	1	1	Egípcios, Mesopotâmicos, Árabes, Gregos, Romanos, Europeus	NA
	2012	Groom	1		Gregos, Romanos e Europeus	NA
	2012	Pouchers, WA	1	1	Egípcios, Árabes, Gregos, Romanos, Orientais, Europeus	NA
	2013	Bueras, Ramon Planas	1		Egípcios, Cretenses, Gregos, Etruscos, Romanos, Árabes e Israel	NA

## ANEXO 2 – SUBSTÂNCIAS ALÉRGICAS

Lista	Descrição	Substâncias
A	Produtos químicos de fragrância, que, de acordo com o conhecimento existente, são alérgenos do consumidor mais frequentemente relatados e bem reconhecidos.	Álcool benzílico
		Álcool amilcinâmico
		Álcool cinâmico
		Cinamal
		Citral
		Coumarina
		Eugenol
		Geraniol
		Hexil cinamaldeído
		Hidroxicitronelal
		Hidroximetilpentil-ciclohexenocarboxaldeído
		Isoeugenol
		Salicilato de benzila
B	Produtos químicos para fragrâncias, que são relatados com menos frequência e, portanto, menos documentados como alérgenos do consumidor.	Álcool anisílico
		Benzoato de benzila
		Carbonato de metil heptina
		Cinamato de benzila
		Citronelol
		Farnesol
		Hexil cinamaldeído
		Lilial
		d-Limonene
		Linalol
		3-Metil-4-(2,6,6-trimetil-2-ciclohexen-1-il)-3-buten-2-ona
Outra	Fragrâncias naturais	Oak moss
		Tree moss

Fonte: COMISSÃO EUROPEIA