

# Vencendo o anonimato

*Mesmo esquecido, o olfato influencia a atração física, o paladar e a personalidade*

**ANTÔNIA CANTO, BRUNA GALA, KAREN MEOHAS E MARIANA GUIMARÃES**

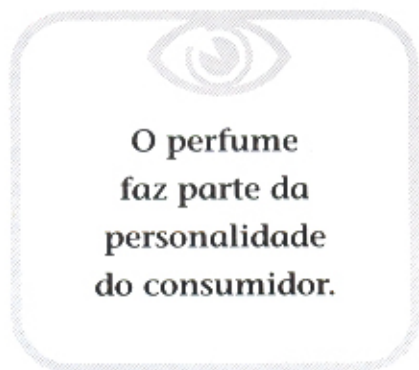
antonia\_canto@hotmail.com • brunagala@yahoo.com.br • karenpuc@yahoo.com.br • mariaguimas@hotmail.com



olfato não é responsável apenas pela percepção da suave fragrância das flores ou do desagradável odor de um rio poluído. Sua funcionalidade vai muito além disso. Há circuitos que levam os estímulos captados por esse sentido até o cérebro, através de células especiais com terminações nervosas nas narinas, que transportam as informações recebidas para serem decodificadas.

O funcionamento do paladar sofre influência direta do olfato. Os seres humanos conseguem diferenciar cerca de vinte mil tipos de odores, mas apenas cem tipos de sabores. De acordo com o bioquímico Joab Trajano, cerca de 80% do que nossos sentidos percebem como o gosto é, na realidade, o seu aroma. "Assim, quando ficamos resfriados e o nosso olfato é afetado, os alimentos perdem grande parte do sabor", explica Trajano.

Com o passar dos anos, a capacidade olfativa tende a regredir. Segundo a médica Martha Maria



**O perfume faz parte da personalidade do consumidor.**

Gaudie, do Hospital Raphael de Paula Souza, 1% das fibras do nervo olfativo é perdida a cada ano de vida. Algumas pessoas não passam por esse processo gradativo da perda do olfato. A anosmia, ou ausência total da olfação, é uma alteração que pode acontecer desde o nascimento. Ela acrescenta que o mais comum é que a deficiência aconteça por traumatismos ou lesões no sistema nasal, como câncer e infecções na região.

A aposentada Maria Palmira Campos, de 65 anos, sofre de anosmia desde o nascimento. Apesar de não sentir falta desse sentido, Maria Palmira precisa redobrar os cuidados em casa: "Há poucos dias esqueci o gás de co-

zinha aberto e não senti nada. Descobri apenas quando um vizinho me alertou", relata.

## Rastro de amor

Determinadas substâncias do suor têm grande capacidade de atração sexual. Esse é o caso dos feromônios, hormônios produzidos pelas glândulas sudoríparas. Captados de maneira quase imperceptível pelo olfato, sua importância é tanta, que pesquisadores do laboratório canadense Pherome Sciences Corporation esperam poder usá-los no tratamento de disfunções sexuais.

A olfação feminina, que já é naturalmente aguçada, fica ainda mais sensível durante o período de ovulação, quando a mulher tem maiores chances de engravidar. Por outro lado, mulheres que tomam pílula anticoncepcional têm o olfato alterado pela ingestão de doses de hormônios artificiais, presentes nestes medicamentos.

## Memória olfativa

Um aroma, muitas vezes, toca fundo na memória. Por isso, é



*A atração não começa pelo olhar, mas pelo olfato*

possível esquecer um rosto, um toque, uma frase, mas dificilmente se esquecerá um cheiro marcante. Os adolescentes de hoje não fazem idéia do significado de palavras como Lancaster, Vitesse, Cabochard ou Fleurs du Rocaille, mas conhecem bem os perfumes de marcas renomadas como Calvin Klein, Armani e Versace. Por outro lado, os jovens dos anos 1960, atuais pais de família em sua maioria, reconhecem à distância o cheiro dos perfumes mais antigos. As fragrâncias fazem parte da lembrança e do inconsciente de cada indivíduo.

O refogado da casa dos avós ou o inesquecível cheiro de bife frito no apartamento do vizinho são capazes de realizar verdadeiras viagens no tempo. Para a psicóloga Fabile Migon, o olfato é capaz de instituir preferências que perduram durante toda a vida. "O cheiro da infância fica armazenado no inconsciente de cada um e, muitas vezes, não retorna ao consciente. É quando surge a escolha por determinado tipo de comida ou perfume", esclarece.

A memória olfativa é elemento essencial para o ganha-pão de

alguns privilegiados: os degustadores de vinho. Esse ritual exige concentração, técnica, experiência, imaginação e, sobretudo, memória. A graça da degustação do vinho está no olfato. É preciso girar a bebida na taça e prestar atenção nos aromas que evoluem à medida que a bebida é saboreada. Isto acontece porque as substâncias aromáticas são voláteis e percebidas aos poucos.

O olfato associa-se diretamente ao sistema nervoso central, influenciando assim, o estado emocional das pessoas. Segundo Fabile, este é o mais primitivo dos sentidos e está associado à capacidade psíquica do indivíduo. "Um aroma pode trazer boas ou más recordações, pois é capaz de nos remeter a locais distantes, que independem da relação espaço-tempo", diz a psicóloga.

### **Aromaterapia**

A aromaterapia é uma das técnicas de cura mais antigas da história e tem suas bases firmadas na sensibilidade despertada através do olfato. Porém, a ciência dos aromas tal como a conhecemos foi criada a partir das experiências do químico e perfumista francês René Maurice Gatefossé, no início do século XX.

Gatefossé redescobriu as propriedades terapêuticas dos óleos essenciais por acaso, quando se queimou num acidente de laboratório. Desesperado de dor, mergulhou o braço machucado num recipiente de óleo de lavanda e observou que, além do alívio imediato, a pele cicatrizou mais rápido e ficou sem marcas, ao contrário do que esperava.

Esse foi o ponto de partida para que Gatefossé começasse a estudar a ação de regeneração celular do óleo de lavanda e de outros óleos aromáticos. Ao batizar suas descobertas de Aromaterapia, o perfumista começou a difundir um conhecimento que se espalharia pelo mundo.

O tratamento aromoterápico, assim como qualquer tratamento médico, baseia-se na análise dos casos e na prescrição de óleos que melhor podem tratar a enfermidade. A aromaterapeuta Regina de Oliveira enfatiza a necessidade de uma indicação criteriosa para cada caso: "É preciso haver uma avaliação detalhada do paciente, conhecer os diversos fatores que podem estar contribuindo para determinada manifestação. É também importante saber que um óleo pode não ter igual efeito em pessoas diferentes, mesmo que elas apresentem sintomas semelhantes".

### **Inspire antes de entrar**

Nada passa despercebido aos olhos dos publicitários e profissionais do *marketing*, nem mesmo a importância do olfato. Por pertencer a um sentido tão ligado às emoções, o nariz é muitas vezes visto como grande aliado do consumo. Flávia Oliveira é gerente de uma olfateria especializada em produtos de banho. Ela explica que o aparecimento crescente destas lojas aromáticas deve-se à busca pelo bem-estar. "O homem da cidade sofre muita pressão durante o dia e precisa de momentos para relaxar e combater o estresse. A maior procura é por sabonetes com aromas refrescantes, pois substituem a massagem,

que não é feita por falta de tempo", diz Flávia.

A procura pelas fragrâncias sofre a influência de dias comemorativos e de estações do ano. "No inverno, a procura por produtos quentes como a canela é maior. No verão, a busca é pela hidratação da pele. Em datas especiais, como o Dia dos Namorados, as fragrâncias afrodisíacas batem recorde de venda", acrescenta Viviane Carvalho, vendedora de uma loja especializada em aromaterapia. Este tipo de estabelecimento comercial está sempre lotado de consumidores atraídos pelo cheiro. "Assim que chegam aqui, os clientes dizem que vieram sentir o ar", afirma Flávia Oliveira.

Não são apenas as olfaterias que apostam em aromas para conquistar o cliente. Lojas de roupas costumam produzir combinações de essências personalizadas para promover sua identificação em um mercado altamente competitivo. Dessa forma, a marca é reconhecida com facilidade pelo cliente e a fragrância pode até virar produto da loja, em forma de perfume.

#### Perfumar-se é ter estilo

É fácil perceber, em um breve retrospecto, que os perfumes acompanham a história e os estilos de cada época. A década de 1940, período do pós-guerra, caracterizou-se pelo uso de notas verdes para despertar o aroma agradável e pacífico dos campos. Os anos 1950, época do nascimento do *rock'n roll*, foi marcado pelo uso de fragrâncias mais comportadas.

Em pleno Woodstock, os *hippies* investiram nas notas florais e



O olfato é responsável por 80% do nosso paladar.

aldeídicas, e os perfumes orientais foram descobertos ao longo da década de 1970, agradando às mulheres sedutoras. Durante a explosão do consumismo, nos anos 1980, surgiram os aromas florais e, nos anos 1990, as fragrâncias leves e cítricas foram exploradas, aproveitando o momento *clean* e minimalista. A época atual caracteriza-se pela grande variedade de essências, que podem ser combinadas diferentemente entre si.



**O nariz é muitas vezes visto como grande aliado do consumo.**

A conjuntura da sociedade influencia a moda e a escolha das fragrâncias. Um perfume pode ser original, pode ter caráter, vigor e volume, mas precisa deixar um "rastro" acima de tudo. Assim como a aparência, o cheiro também deixa a primeira impressão. Mais do que um acessório do

cotidiano, o perfume faz parte da personalidade do consumidor.

O grande *boom* dos perfumes de grifes aconteceu com o Chanel nº 5, que teve a venda impulsionada por Marilyn Monroe, garota-propaganda da marca. Ao ser questionada sobre como gostava de dormir, a sensual atriz não hesitou: "Com uma gota de Chanel nº 5".

A publicidade é uma das principais responsáveis pelo nascimento da indústria de perfumaria, pois atribui qualidades aos diferentes tipos de fragrância. "Os perfumes passam a representar atitudes. No mercado há tanta variedade, que fica difícil comprar uma colônia esportiva, um perfume sedutor ou uma água-de-cheiro para usar no dia-a-dia", exemplifica o estilista Alessandro, diretor de criação e sócio de uma agência de publicidade.

Mesmo estando tão presente no cotidiano das pessoas, o mais primitivo dos sentidos mantém-se no anonimato. Sem que ninguém perceba, o olfato interfere no paladar, complementa a atração visual, interage com o sexo, influenciando a nossa percepção como uma mensagem subliminar.