

RESUMO - CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - ADMINISTRAÇÃO

**TENDÊNCIAS DE COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE AROMAS E
PERFUMES PARA AS CASAS POPULARES**

Dandara Rocha Lino Benicio (dandara.lino@outlook.com)

Giovanna Pereira Rosa (giovannapr19@gmail.com)

Juliana Ignacio Xavier (juliana.ignacioxavier@gmail.com)

AUTORES:

Dandara Rocha Lino Benicio– 20210004234

Giovanna Pereira Rosa– 20210015766

Juliana Ignacio Xavier– 20210004780

Prof. Orientadora: Flavia L. O. da C. Galindo – DCA/ICSA
(flaviagalindo@ufrj.br)

RESUMO

Sobre a industrialização do cheiro, alega-se que “os aromas industriais, então impregnados nas casas e nos corpos pelo crescimento do consumo de produtos de limpeza e cosméticos, tornaram-se regra de adequação social e boa conduta” (1). O cheiro humano tem sido neutralizado sistematicamente como estratégia de aceitação e hierarquização social, na moralização definida pelos padrões de higiene (2). Neste processo civilizatório, os cheiros atuam de forma simbólica e excludente, e o crescimento da indústria de perfumes e

fragrâncias também impulsiona outros mercados, como o de difusores e essências de ambientes (3). No Brasil, a preocupação com os cheiros integra 22,9% do total de produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (HPPC), índice nacional bem acima da média mundial de 9,1%. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPPC), há uma tendência de consumo que valoriza a aromatização dos espaços domésticos. Com esse contexto, esta pesquisa objetivou mapear o repertório de significados funcionais associados ao consumo de aromas do ambiente doméstico das camadas populares. Como método, a abordagem qualitativa se apoiou em entrevistas em profundidade e observação não participante em 5 domicílios das classes D/E do bairro de Campo Grande, região periférica do RJ. Todos assinaram o TCLE, e pôde-se observar que as moradias eram simples, refletindo a condição socioeconômica modesta. Nestas moradias, produtos de perfumação e limpeza são utilizados em profusão, ainda que sejam de marcas com preços acessíveis. Os aromas de lavanda e coco são associados à limpeza e ao bem-estar. Foram encontrados incensos, difusores e velas aromáticas, assim como produtos mais caros e de marcas conhecidas, como Glade e Pinho Sol. O consumo de produtos com fragrâncias, como lavanda e incenso, é percebido como demonstração de cuidado com a casa. O ambiente perfumado produz sensações de tranquilidade e prazer no espaço doméstico e, em alguns momentos, confunde-se com uma experiência espiritual de paz e acolhimento. O aroma ambiente é marcador de limpeza e de espaço civilizado, e o cheiro de água sanitária representa desinfecção. Ambientes domésticos tem cheiros particularizados, tais como a sala e o quarto (incensos ou difusores com essências relaxantes), cozinha (cheiros de produtos de limpeza como o de coco são preferidos, e a presença de comida pode deixar um aroma que é aceitável para os moradores). Da mesma forma, o cheiro de comida azeda é citado como inadmissível para o ambiente doméstico. No banheiro, os cheiros precisam ser mais fortes e reforçados com o cheiro de água sanitária, pedras sanitárias e de Pinho Sol, e é inadmissível o cheiro de sujeira. Conclui-se que os moradores das camadas populares investem em produtos aromatizados, e também são influenciados por preferências pessoais, memórias afetivas, e a constante busca pela anulação de cheiros indesejáveis.

REFERÊNCIA 1. RIBEIRO, Palmira Margarida Ribeiro da Costa; SANTOS, Nadja Paraense dos. O olfato como objeto de história: a estética dos cheiros.

Anais do [...]. Seminário de História da Ciência e da Tecnologia, 16º. Campina Grande (PB), 15-18 out. 2018. Rio de Janeiro: SBHC; UFCG, 2018. Disponível em

https://www.16snhct.sbhc.org.br/resources/anais/8/1545175831_ARQUIVO_TrabalhoPalmiraeNadja-rev.pdf

REFERÊNCIA 2. LE BRETON, D. Antropologia dos Sentidos. Tradução Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

REFERÊNCIA 3. Mordor Intelligence (2023). Disponível em <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/fragrance-and-perfume-market>

REFERÊNCIA 4. Potcheca Coremal (2021). Disponível em <https://brasil.pochteca.net/mercado-de-perfumaria-e-aromas/>

Palavras-chave: industrialização do cheiro; neutralização do cheiro humano; hierarquização social; padrões de higiene; perfumes e fragrâncias; consumo de aromas; espaços domésticos; classes d/e; campo grande rj; aromatização; lavanda e coco; incensos e difusores; cuidado com a casa; experiência espiritual; limpeza e desinfecção; marcas populares e acessíveis; memórias afetivas; cheiros indesejáveis.