

RELAÇÃO ENTRE O SETOR DA PERFUMARIA, A MODA E A EVOLUÇÃO DA SOCIEDADE

Relationship between the perfume sector, fashion and the evolution of society

Caroline Salvan Pagnan – Graduada em Design de Produto
Universidade do Estado de Minas Gerais – Escola de Design - UEMG
carolinespagnan@gmail.com

Luiz Henrique Ozanan de Oliveira – Doutorando em História
Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG
lozanan@gmail.com

RESUMO:

Para a realização da pesquisa, foi analisada a história do perfume, acompanhando sua evolução ao longo dos séculos de existência, sua difusão e as mudanças na percepção da sociedade em relação a esse produto. Foi estabelecida a ligação entre os costumes da sociedade, sendo a moda um fator de grande intervenção, no contexto de cada década e os aspectos abordados no projeto de perfumes consagrados.

Palavras chave: sociedade; frascos de perfume; conceito do produto.

ABSTRACT:

To carry out the research, have been analyzed the history of perfume, and is possible follow its evolution over the centuries, their spread and changing in the perception of society for this product. Was established the connection between the society mores, with fashion as a factor of great influence, in the context of each decade and the issues addressed in the project of consecrated perfumes.

Keywords: society; perfume bottles; product concept.

INTRODUÇÃO:

A palavra perfume tem origem no latim *per* (através) e *fumum* (fumaça) devido a uma prática adotada pelos antigos egípcios, que queimavam madeiras, especiarias, ervas e incensos em rituais para os deuses, acreditando que seus pedidos chegariam mais rápido se viajassem nas nuvens aromáticas em direção ao céu. Os elementos aromáticos, inicialmente, eram muito presentes em diversas sociedades com significados diferentes, como na egípcia em rituais religiosos; na sociedade grega com aplicação na comida e na medicina; na sociedade romana, com fins medicinais e para higiene, sendo grandes difusores da utilização dos perfumes em suas conquistas; e, por fim, a sociedade árabe, com conhecimento aprofundado nas técnicas de extração das essências, do comércio, da higiene e da medicina.

A utilização do perfume vai sofrendo alterações ao longo dos séculos, ocorrendo altos e baixos até sua larga expansão no século XVII e o posterior surgimento das *Maison* de perfumaria. Um acontecimento que ocasionou uma revolução no setor foi o surgimento das substâncias sintéticas, tornando o perfume um produto mais acessível.

MATERIAL E MÉTODOS:

A pesquisa foi dividida em três etapas básicas de desenvolvimento, sendo a primeira a de coleta de dados, buscando exemplos que permitissem a análise do projeto das embalagens, a pesquisa envolvida no desenvolvimento do projeto, e, por fim, o levantamento dos demais estudos já realizados sobre o tema; a segunda etapa envolveu a avaliação e organização dos dados coletados; a terceira etapa foi conclusiva, envolvendo a montagem e produção de relatório conclusivo sobre a pesquisa desenvolvida

RESULTADOS OBTIDOS:

Um fator que cerca o perfume é a possibilidade de realizar um estudo comportamental da sociedade a partir de sua contextualização, uma vez que eles sempre foram um reflexo da época, seja no material, seja no pensamento que trás inserido em seu conceito e outros fatores envolvidos.

Os pequenos frascos, como os de perfume, sempre exerceram uma grande fascinação sobre as pessoas. Isto porque está associado, historicamente, ao seu conteúdo, o qual, por sua vez, foi sempre vinculado à noção do bem-estar do indivíduo: poções mítico-religiosas, unguentos medicinais, além do uso mais permanente e difundido ao longo da história da humanidade, qual seja, conter e armazenar, inicialmente óleos com odores agradáveis e, mais tarde, os destilados perfumados. [OLIVEIRA, 2006]

A moda é um fator que esteve sempre ligado diretamente ao setor da perfumaria, tendo grandes estilistas se lançado nesse mercado fazendo fortes alianças. Além disso, os movimentos da moda sempre influenciaram diretamente as criações na perfumaria, como o New Look de Dior que influenciou o perfume *Miss Dior*.



Figura 1: Miss Dior, Dior, 1947 e exemplo no movimento New Look na moda (Fonte: Moda de subculturas e Fragrântica)

Fatores marcantes como a libertação feminina, que teve início com a I Guerra Mundial e foi reforçada por diversos fatores teve atenção especial nesse setor, com o lançamento de perfumes que remetiam a fatores desse contexto. Além disso, o pensamento ambiental foi importante para o desenvolvimento do setor.



Figura 2: Movimento que simboliza a libertação feminina (Fonte: anos60.wordpress.com)

Foi possível perceber ao longo da pesquisa a relação dos projetos dos perfumes com movimentos de arte, de moda, de política, de música e diversos outros fatores que construíram o contexto de cada década.

Com a pesquisa, foi possível definir diversos aspectos sob os quais o setor da perfumaria poderia ser analisado, mostrando a amplitude e a riqueza desse setor, cujos produtos podem traçar a história da sociedade.

CONCLUSÕES

Em um primeiro contato com o tema, o intuito de pesquisa foi o de levantamento do tema abordado na criação dos frascos de perfumes consagrados e traçar a importância dessas inspirações em seu sucesso. Estudando mais a fundo, foi perceptível a forte influência do contexto histórico no qual o perfume estava inserido em aspectos de seu projeto, concluindo que são análises inseparáveis.

Dessa forma, o projeto do frasco é o resultado da análise de uma série de fatores, que englobam materiais e tecnologias disponíveis, fatores culturais e de repertório do público ao qual o produto está destinado, além de ser necessário manter uma identidade entre o produto a ser projetado e os demais já lançados pela mesma empresa. Analisado isso, independente do tema escolhido como inspiração para o projeto, o que realmente faz diferença no resultado final é a tradução do tema em algo que faça sentido dentro do contexto.

REFERÊNCIAS:

- [1] CHATAIGNIER, Gilda. A Moda na pós-modernidade. Revista Dobras: uma revista de moda mas não só, acadêmica mas nem tanto, v.2 n.4, p 17-20, Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.
- [2] EDITORA PLANETA. O Fascinante Mundo do Perfumes. São Paulo, 1998. 6 volumes.
- [3] EDWARDS, Michael. Perfume Legends – French Feminine Fragrances. HM Éditions, 1996.
- [4] MARSH, Madeleine. Perfume Bottles: A Collector's Guide. 1.ed. Londres, ENG. 1999. Miller's 64p.
- [5] OLIVEIRA, Sandra Ramalho e. Frascos também são textos, retirado do livro: Imagem também se lê. São Paulo, SP. Editora Rosari, 2006.