



MEMÓRIA OLFATIVA

Percepções de Emoções e Lembranças

Lavínia Tiecher da Silveira¹

Renata Schmieder Pierin²

Flávia da Luz Mattjie³

Cláudia Rigoli Schneider⁴

Instituição: Colégio Dom Hermeto.

Modalidade: Relato de Pesquisa.

Eixo Temático Ciências Humanas e suas Tecnologias.

1. Introdução

O trabalho consistiu em compreender como os aromas influenciam as percepções de memórias e qual a relação com o corpo humano.

Visou demonstrar às pessoas e fazê-las estimular suas lembranças através dos cheiros, causando a sensação de nostalgia. Assim, trazendo à tona memórias marcantes, acontecimentos da infância e fases importantes da sua vida. É um assunto interessante, inovador e está diariamente presente, envolvendo a sensibilidade das pessoas e suas memórias marcantes.

Por que os cheiros nos trazem tantas lembranças e qual é a relação dos aromas com o nosso cérebro?

Os aromas estão presentes em todos os momentos da vida. O cheiro tem o potencial de retomar as emoções e lembranças com maior força do que qualquer outro sentido. Acredita-se que as lembranças são alcançadas através dos sentidos e tem ligação com o cérebro, que é a parte do encéfalo que processa as informações dos sentidos, permitindo que interprete o ambiente e interaja com ele.

As pesquisas identificaram como os cheiros podem influenciar a percepção de emoções e lembranças, associaram a memória olfativa com o sistema nervoso e cérebro, e com isso,

¹ Estudante da 1ª Série do Ensino Médio – Colégio Dom Hermeto. E-mail: laviniadasilveira@colegiodomhermeto.com.br

² Estudante da 1ª Série do Ensino Médio – Colégio Dom Hermeto. E-mail: renatapierin@colegiodomhermeto.com.br

³ Estudante da 1ª Série do Ensino Médio – Colégio Dom Hermeto. E-mail: flaviahattjie@colegiodomhermeto.com.br

⁴ Professora Orientadora. E-mail: claudiaschneider@colegiodomhermeto.com.br



aplicou-se um experimento prático com a comunidade que esteve presente na FIPCAT (Feira Intelectual de Produção Científica, Artística e Tecnológica).

Pensando em utilizar o trabalho científico e as pesquisas realizadas como forma de proposta e inovação e também sintetizar os valores que a Cooperativa Educacional busca vivenciar no seu cotidiano, foi criado uma fragrância específica para o Colégio Dom Hermeto, onde através de seus valores e princípios, foi escolhido aromas que trouxessem à tona tudo que a escola representa e quer passar para seus alunos e colaboradores.

2. Procedimentos Metodológico

Primeiramente, o grupo formado por Flávia, Lavínia e Renata decidiu em uma aula de metodologia da pesquisa conhecer e estudar a memória olfativa, um tema novo, intrigante e pouco estudado na FIPCAT (Feira Intelectual de Produção Científica, Artística e Tecnológica).

Logo após, o seguinte assunto começou a ser desenvolvido, baseado em pesquisas experimentais de fontes confiáveis e citações de Médicos Otorrinolaringologistas, especialistas no diagnóstico e tratamento de doenças relacionadas ao ouvido (Oto), nariz (rino) e garganta (laringo). Cada etapa construiu-se com dedicação, sempre em busca da compreensão e veracidade de informações sobre como os aromas influenciam as memórias e sua conexão com o corpo humano.

O método utilizado foi o hipotético-dedutivo, que uniu conhecimentos e descobertas com hipóteses de especialistas e do próprio grupo. Tais hipóteses foram testadas, comprovadas ou reprovadas no decorrer do trabalho até a finalização do mesmo.

Para maior organização, foi definido a realização de testes, questionários, formulários e análise de dados obtidos. Esta observação sistemática auxiliou no relatório e no objeto do trabalho, tópicos que foram estudados e apresentados três meses após a avaliação da banca da FIPCAT 2025.

O procedimento escolhido pelo grupo foi o clínico, pois permite a realização de entrevistas, observação e formulários. Após a finalização destes procedimentos, o grupo analisou os dados obtidos por respostas individuais, assim, realizando o objeto. Tal tópico se resume em vender os olhos do indivíduo que escutou a apresentação, para que o único sentido exercitado seja o olfativo. O voluntário ao cheirar alguns aromas escolhidos pelo formulário realizado com estudantes da 6ª série do Ensino Fundamental até a 3ª série do Ensino Médio e professores. Os cheiros determinados pelos alunos do Colégio Dom Hermeto remetem à alguma lembrança, assim fazendo a pessoa vendada utilizar o sentido olfativo e o cérebro para comentar com o grupo o que sentiu e a que memórias os aromas remeteram.

Pensando em utilizar o trabalho científico e as pesquisas realizadas como forma de proposta e inovação e também sintetizar os valores que a Cooperativa Educacional busca vivenciar no seu cotidiano, foi criado uma fragrância específica para o Colégio Dom Hermeto, onde através de seus valores e princípios, foi escolhido aromas que trouxessem à



tona tudo que a escola representa e quer passar para seus alunos e colaboradores. Esta ideia surgiu através da entrevista no Sicredi Confiança de Três de Maio, onde o Gerente de Marketing Chalimar Ellwanger, explicou a importância do Marketing Olfativo e a grande mudança que trouxe para a Cooperativa.

Os princípios em questão se resumem na transparência, comprometimento, ética, respeito, qualidade e desenvolvimento. Assim, após algumas pesquisas as autoras chegaram em 3 (três) aromas ideais que juntos, materializam com equilíbrio e personalidade toda a essência do Colégio Dom Hermeto.

Como base, foi escolhido o Cedro, que tem um cheiro limpo, firme e acolhedor, transmitindo estabilidade, confiança e seriedade. Exemplificando em um aroma, o comprometimento, ética e respeito da escola que valoriza o compromisso com o que é certo. A Lavanda remete a um ambiente calmo, honesto e equilibrado, onde tudo está às claras e feito com cuidado. Ela harmoniza bem com a madeira, dando leveza e um toque de acolhimento. Assim, buscando transparência e qualidade, foi escolhida para ser a fragrância secundária. Por fim, simbolizando o desenvolvimento constante da escola e dos alunos, a nota de fundo foi o Capim-limão, pois esse cheiro representa movimento, renovação e crescimento constante.

Essa proposta olfativa não é apenas simbólica, mas poderia ser incorporada ao ambiente escolar como identidade sensorial, criando uma atmosfera ainda mais coerente com os valores vividos e promovidos pela instituição. Assim, o cheiro torna-se também um veículo de conexão, memória olfativa e pertencimento.

3. Resultados e Discussões

Com o objetivo de aprofundar os conhecimentos em pesquisas práticas, o grupo realizou um seguinte formulário composto de 5 (cinco) perguntas relacionadas a memória olfativa e a percepção de emoções e lembranças. Logo após, foi executada uma entrevista com o Gerente de Marketing da Cooperativa de Crédito Sicredi Confiança, Chalimar Ellwanger, esta reunião fundamentou a criação de uma fragrância específica para o Colégio Dom Hermeto.

Charlimar explica que a memória olfativa representa cerca de 50% das memórias que temos ao longo da vida, ao lado das memórias visuais e auditivas. Ela é muito poderosa para criar lembranças duradouras.

Segundo ele, existe uma relação direta, pois os aromas ajudam na associação da marca com experiências sensoriais, fortalecendo o vínculo emocional com o público. O uso de um aroma específico deve ser contínuo e consistente, para surtir efeito, o aroma precisa permanecer por um longo período e estar alinhado com os valores e missão da empresa.

O aroma da Sicredi Confiança Três de Maio começou a ser utilizado em 2021, e está entrando no quinto ano de uso.



O marketing olfativo pode ser aliado à geração de notícias e fortalecimento da lembrança de marca, aumentando as chances de o consumidor lembrar da empresa em momentos-chave. O impacto principal não é diretamente nas vendas, mas sim na criação de vínculos e lembrança espontânea da marca, o que pode, indiretamente, levar à preferência e fidelidade.

Após a entrevista na Sicredi Confiança, sobre o marketing olfativo e sua fragrância própria, foi realizado um projeto para o Colégio Dom Hermeto também ter seu aroma exclusivo. Através de uma conversa com o Diretor do Colégio, foi descoberto os valores e princípios da Cooperativa Cooperdomhermeto, que são: Transparência, Comprometimento, Ética, Respeito e Desenvolvimento.

Para auxiliar a transmissão desses preceitos, foi escolhido os aromas de Cedro, Lavanda e Capim-limão, transmitindo estabilidade, confiança, seriedade, ambiente calmo, honesto e equilibrado, movimento, renovação e crescimento constante.

4. Conclusão

Este trabalho teve como objetivo compreender de que forma os aromas influenciam a percepção das memórias e qual é sua relação com o corpo humano e o sistema nervoso. A partir de estudos, pesquisas e da análise de dados foi possível constatar que o olfato desempenha um papel central no processo da lembrança de memórias, especialmente aquelas que carregam forte carga emocional.

A pesquisa mostrou que a memória olfativa se destaca entre os sistemas sensoriais por sua conexão direta com estruturas do sistema límbico, como o hipocampo e a amígdala, responsáveis pelo processamento emocional e pela consolidação da memória. Esse vínculo explica por que certos aromas são capazes de desencadear lembranças e experiências afetivas importantes, assim afirmando a hipótese levantada no projeto de pesquisa.

Os resultados alcançados mostram que os objetivos propostos no projeto foram atingidos, contribuindo para a elaboração do relatório e ampliação do conhecimento sobre a memória olfativa, percebendo sua grande importância em diversas áreas como marketing, psicologia, saúde, contextos terapêuticos e tratamento de doenças neurodegenerativas, como o Alzheimer.

Assim, a interdisciplinaridade entre neurociência, comportamento e saúde, ainda oferecem um vasto campo para investigações sobre o papel do olfato no bem-estar, não apenas para as necessidades biológicas, mas também para a construção da identidade humana, forma de viver e interpretar o mundo.

5. Referências

ARAÚJO, Fernando. **Cheiro e memória**, OAB Pernambuco. 2010. Atualizada em: 05 Nov. 2010. Disponível em <<https://www.grupoboticario.com.br/midia/lembrancas-e-emocoes-pelo-olfato-o-que-a-ciencia-diz-sobre-esse-sentido/>>. Acesso em: 07 Abr. 2025.

ASSEF, Júlia. **Memória olfativa: o que é e como funciona**. Ecycle, 2023. Atualizada em: 05 Ago. 2023. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/memoria-olfativa/>>. Acesso em: 15 Maio. 2025.

BOM, Cheiro. **Qual o segredo das Grandes Marcas? Descubra o elo entre Cheiro e Memória**, Cheiro Bom. 2017. Atualizada em: 23 Abr. 2017. Disponível em <<https://cheirobom.com.br/qual-o-segredo-das-grandes-marcas-descubra-o-elo-entre-cheiro-e-memoria/>>. Acesso em: 07 Abr. 2025.

EL HAJ, Mohamad et al. **From Nose to Memory: The Involuntary Nature of Odor-evoked Autobiographical Memories in Alzheimer's Disease**. PubMed. 2017. Atualizada em: 05 Mar. 2017. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29040475/>>. Acesso em: 02 Abr. 2025.

HERTZ, Rachel et al. **Neuroimaging evidence for the emotional potency of odor-evoked memory**. PubMed. 2004. Atualizada em: 22 Mar. 2004. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/14670575/>>. Acesso em: 05 Mar. 2025.

HOSPITAL PAULISTA. **Memória olfativa: uma nova esperança no tratamento de Alzheimer**. Hospital Paulista. 2023. Atualizada em: 27 Ago. 2023. Disponível em: <<https://www.hospitalpaulista.com.br/memoria-olfativa-uma-nova-esperanca-no-tratamento-de-alzheimer/>>. Acesso em: 5 Maio. 2025.

OLYRA. **Saiba o que é memória olfativa e sua relação com as emoções**. 2022. Atualizada em: 28. Out. 2022. Disponível em: <https://olyra.com.br/memoria-olfativa/>. Acesso em: 11 Maio. 2025.

TUCCI, Alessandra. **Como a memória olfativa pode conectar pessoas e marcas através das lembranças**. 2024. Atualizada em: 11 Jun. 2024. Disponível em <https://paralelaescolaolfativa.com.br/artigos/memoria-olfativa/>. Acesso em: 22 Fev. 2025.