

Como nasce um perfume?



A perfumista Isadora Spinhardi explica que existem vários critérios para criar uma fragrância

Entre fórmulas, sensações e lembranças, a criação de um perfume envolve tempo, sensibilidade e o desafio de transformar emoções em aroma. Perfumistas explicam todos os processos

LUIZA MARINHO*

Traduzir uma sensação em aroma. Despertar uma lembrança com um borrifo. Criar um cheiro que emociona — mesmo sendo invisível. Essa é a missão da perfumaria, uma arte silenciosa que começa muito antes de um perfume chegar às prateleiras. Por trás de cada frasco, há anos de pesquisa, testes, inspiração e, principalmente, escuta sensível.

“O maior desafio é alcançar identidade e emoção. Criar algo que se destaque em meio a milhares de fragrâncias, que toque as pessoas e gere conexão”, diz a perfumista Isadora Spinhardi, especialista em desenvolvimento de fragrâncias. “Também é preciso equilibrar criatividade e viabilidade técnica, respeitar regulamentações, garantir fixação e ainda surpreender olfativamente. A perfumaria é uma arte, mas também uma engenharia invisível. Costumo dizer que precisamos tocar as almas sem dizer uma única palavra.”

Segundo Isadora, o tempo de criação de uma fragrância pode variar bastante. “Projetos corporativos podem levar de seis meses a dois anos. Já projetos mais artísticos ou personalizados podem levar ainda mais tempo”, explica. “Tudo começa com o conceito. Depois vem a formulação, os testes olfativos, as estabilidades, as regulamentações, o design do frasco, a embalagem... É um processo minucioso que exige tempo, dedicação e arte.”

Mais do que técnica, o perfume nasce do sensível. “A criação é uma mistura entre técnica e intuição”, diz Isadora. “Usamos a pirâmide olfativa — com notas de saída, corpo

Passo a passo

A construção de uma fragrância segue etapas fundamentais:

1. Briefing criativo: definição do conceito, do público e da inspiração.
2. Criação da fórmula: escolha e combinação das matérias-primas.
3. Avaliação olfativa: testes para encontrar equilíbrio e performance.
4. Testes de estabilidade: para garantir que o perfume se mantenha com o tempo.
5. Aprovação regulatória: atendendo às normas da Associação Internacional de Fragrâncias (IFRA) e Anvisa.
6. Produção em escala: preparação da essência em grande volume.
7. Envase e embalagem: o perfume ganha seu “vestido” final.
8. Lançamento no mercado: com estratégia de posicionamento e comunicação.

e fundo — e temos um conhecimento íntimo sobre as matérias-primas. Mas a essência da criação é intuitiva, artística e emocional. Preciso ser guiada por sensações, memórias, experiências e pela história que aquele perfume precisa contar”, conta a perfumista e farmacêutica.

Flor rara

Em sua mais recente criação, por exemplo, a Natura escolheu a delicadeza como caminho. O perfume Aura Alba tem como protagonista a rosa alba, uma flor branca rara cultivada na Bulgária. Por muito tempo considera-

da inodora, ela passou por um processo de destilação exclusivo para revelar sua essência. “A presença da rosa alba é diferente de tudo o que conhecemos. Ela é delicada, mas poderosa”, define Verônica Kato, perfumista exclusiva da Natura e responsável pela assinatura olfativa do lançamento. A fragrância, desenvolvida com a casa de fragrâncias Givaudan, combina rosa alba a notas de lichia, magnólia, musk e madeiras.

Segundo Verônica, o maior desafio foi justamente traduzir a leveza como algo marcante. “Como expressar essa feminilidade sensível? Como traduzir a suavidade como força? Foi isso que buscamos. A rosa alba, por muito tempo esquecida, representa esse novo olhar.”

A diretora de Marketing e Inovação da Natura, Tatiana Ponce, reforça que o perfume nasceu de uma inquietação: como reinventar a ideia de presença? “Pensamos muito em como a presença feminina foi moldada por uma lógica de imposição. Aura Alba propõe uma nova presença — uma presença sensível, conectada, que não grita, mas transforma”, diz Tatiana.

Para ela, a escolha de uma flor quase sem cheiro foi proposital. “A rosa alba representa o não dito, o não óbvio. Acreditamos que a sensibilidade também é uma forma de poder. E que o perfume pode ser essa ferramenta de expressão.”

O Brasil é um dos maiores mercados de perfumaria do mundo, mas o trabalho do perfumista ainda é pouco conhecido. “Existe um imaginário muito forte em torno do que é um perfume, mas poucas pessoas conhecem o processo por trás dele”, diz Verônica. “Trabalhar com fragrâncias é trabalhar com o invisível. E é aí que mora a beleza.”

Tatiana concorda: “A perfumaria tem um papel afetivo profundo. Um cheiro pode mudar o nosso humor, resgatar lembranças, marcar um momento da vida. Quando um perfume consegue criar esse elo com quem usa, ele se torna eterno.”