

## Plural

# As gotas da controvérsia

**HISTÓRIA** | Dois livros investigam a criação de Chanel e sua ligação com os nazistas

POR ROSANE PAVAM

**D**IAS DEPOIS de liberar Paris da ocupação nazista, em agosto de 1944, soldados americanos formaram uma imensa fila diante do número 31 da Rua Cambon. Aquela casa nunca fora próxima, antes, dos heróis da libertação. Sua singularidade estava em abrigar não uma sede militar, mas uma loja de roupas. Mesmo sem falar uma palavra de francês, os americanos agora poderiam passar pela porta do estabelecimento, abrir os dedos de uma das mãos diante da vendedora no saguão e ter seu pedido satisfeito com elegância. Esses soldados queriam frascos de perfume *Chanel n° 5*, que carregariam como lembrança da guerra e do luxo europeu a suas mães, namoradas e irmãs.

A historiadora Tilar J. Mazzeo aponta um saber oculto na correria dos soldados aos frascos de perfume. Segundo afirma em *O Segredo do Chanel n° 5 – A história íntima do perfume mais famoso do mundo* (Rocco, 304 págs., R\$ 39,50), os jovens aliados não ligavam o produto à sua criadora, Coco Chanel, uma francesa de carne e osso, além do mais, simpática aos nazistas. O perfume que carregariam no avião da volta havia se libertado, portanto, de sua origem. “O que tinha começado como algo profundamente íntimo se tornou um amplo ícone cultural a narrar a história de milhões de pessoas”, ela diz.

Por isso, essa pesquisadora, que agora se embrenha em um livro sobre a história do Hotel Ritz parisiense durante a ocupação, a ser lançado pela editora Harper Collins em 2013, refaz, além da trajetória exemplar de um perfume, a da complexa criatura que o concebeu. A



**Uma das razões para Chanel colaborar com os nazistas teria sido sua pretensão de reaver os direitos sobre o perfume**

**Refazer a história.** Pesquisas apontam o perfil antissemita da célebre estilista francesa

historiadora não a vitimiza ou condena. No livro, apenas investiga a maneira pela qual, a partir de seus projetos, nasceu tal fragrância, e de que modo foi mantida no imaginário coletivo desde a sua criação, em 1920, quando tantas outras jamais viveriam para as gerações seguintes. Também autora de *A Viúva Clicquot*, sobre o mais admirado champanhe francês, Tilar, que se especializara em escrever sobre vinhos, enxergou conexões entre a degustação dos taninos e os aromas aplicados ao corpo. Quando começou a pesquisar perfumes, a historiadora cultural ainda não experimentara o *Chanel n° 5*, única coisa que a atriz Marilyn Monroe disse certa vez usar para dormir.

“Para que tanto sucesso tenha ocorrido”, ela afirma em entrevista a *Carta Capital*, “tenho de admitir o fato de que, em primeiro lugar, meu objeto de estudo começou como um grande perfume.” O marketing nunca foi preponderante para a aceitação do produto, ela argumenta. “No início, a publicidade era muito simples, involuntária, feita a partir de testemunhos reais. *Chanel n° 5* é um estudo de contrastes, uma fragrância complicada, ousada, capaz de capturar a imaginação. Um luxo que pode durar mais e mais em épocas de dificuldade econômica. Uma garrafa de vinho bebe-se em uma noite, enquanto um frasco de perfume pode durar um ano. É o luxo perfeito para a recessão.”

O livro narra desde a infância de Gabrielle Chanel, órfã de mãe e abandonada pelo pai em um convento da abadia da rural Aubazine. Para Tilar, é possível dizer que o contexto emocional a moldar a menina foi transferido, em parte, para o perfume. No convento, a partir dos últimos anos do século XIX, Gabrielle passava o dia sob rígida disciplina, lavando e passando roupas. Lá aprendeu a costurar. As freiras queriam as roupas simples e claras, como Chanel posteriormente, e de forma revolucionária, as desenharia. A ordem cisterciense, que administrava o convento, também encorajava seus monges a dar ao perfume e à unção um papel central nas orações e nos rituais de purificação. Durante séculos, aromas fizeram parte da vida de devoção em Aubazine.

*Chanel n° 5* tem origens mirabolantes. Não somente o perfume evocaria os aromas de que a criadora vividamente se recordava, e que contrastavam com os dos almíscares consumidos no início do



#### **Ícone.**

*Soldados americanos fazem fila na Paris liberada para comprar o célebre perfume de Chanel, em 1944. Dezesesseis anos antes, a estilista vai à caçada com Winston Churchill e Randolph, filho do primeiro-ministro*

século XX, como deveria expressar uma “verdade do campo”. Com o aconselhamento de perfumistas e o dinheiro de um duque russo com quem se relacionou, refugiado em Paris depois de tramar, em coautoria, o assassinio do místico Rasputin, ela quis que as flores pudessem ser detectadas na fragrância. Para isso, Gabrielle, tornada Coco, não hesitou em sacar do revolucionário processo sintético que tomara forma a partir das duas últimas décadas do século XIX, o uso de aldeídos. Essas moléculas, com uma disposição particular entre hidrogênio, oxigênio e carbono, ora acentuavam, ora moderavam a rusticidade dos aromas florais.

E o perfume também teria tido origem em uma fórmula de Maria de Medici, prima da rainha Catarina de Medici, mandada à França como noiva do rei Henrique II. Maria era igualmente casada com um integrante da família real francesa. Por conta dela, e do apreço de Catarina

por substâncias aromáticas, o vilarejo de Grasse, que começou como um centro artesanal para a produção de luvas e curtimento de peles, tornou-se a capital mundial da fragrância no século XVII. Maria queria concorrer com os perfumes árabes, em moda na época. Coco, com ajuda de uma amiga, comprou o manuscrito de seu perfume, que permanecia guardado na biblioteca de um *château* do Vale do Loire, pelo equivalente, hoje, a 10 mil dólares. Em que medida usou ou não o segredo em seu perfume os historiadores ainda não podem afirmar.

Da mesma maneira, não cabe a nenhum deles proferir, com a letra da certeza documental, que a mais célebre estilista francesa tenha sido uma espiã nazista, ao contrário do que a imprensa alardeara dois meses atrás durante o lançamento mundial de *Dormindo com o Inimigo - A guerra secreta de Coco Chanel* (Companhia das Letras, 368 págs., R\$ 43), de Hal Vaughan, aqui traduzido em tempo recorde. Nem se pode ousar mencionar tal coisa a esse criterioso jornalista norte-americano de 83 anos, que recheou o volume com 222 notas de rodapé e reveladoras fotografias do período da Segunda Guerra Mundial. "Meu livro jamais reivindica um status de espiã para Chanel", ele afirma em entrevista a *CartaCapital*. "Ela era, isto sim, uma agente nazista, uma facilitadora que usou sua grande rede de contatos para ajudar os nazistas."

**A distinção entre** o que significa um agente e um espião talvez constitua o único caminho assertivo possível a esse autor, desprovido de comprovações sobre a ação de espionagem, embora os registros lhe permitam relatar com segurança o colaboracionismo de Chanel e seu antisemitismo, longamente cultivado. Nem Vaughan nem outros pesquisadores, contudo, como Tilar J. Mazzeo, teriam podido contornar a escassez de documentos sobre uma colaboração mais contundente de Chanel para os nacional-socialistas. Tilar leu o livro de Vaughan. "Ele constrói um argumento para ler as evidências de um único modo", diz a *CartaCapital*, "e isso também é uma contribuição válida."

Chanel não se tornou estilista apenas para disfarçar outros reais intentos. Era uma profissional da moda, de fato, e aguerrida, sem credo político, apenas comercial: "Coco Chanel foi criada durante a evolução do terrível Caso Dreyfus, que fez grande parte da França ver os judeus



### Não é possível ligar Coco Chanel à espionagem, mas ela agiu como agente facilitadora, a mando dos nazistas

**Colaboração.** Chanel com o barão Von Dincklage na Suíça, em 1949, e os autores Hal Vaughan e Tilar J. Mazzeo

como inimigos", diz Vaughan a *CartaCapital*. "Era uma personagem extraordinário, uma oportunista consumada, que aproveitou todas as chances de avançar na carreira. Suas relações próximas com o duque de Westminster, com o príncipe de Gales, que abdicou do trono, e com o primeiro-ministro Winston Churchill fizeram dela a agente perfeita para os nazistas durante a Segunda Guerra Mundial."

Segundo Vaughan, Chanel teve muitas razões para colaborar com o governo

de Adolf Hitler. Principalmente, ela compreendia mal um mundo que apresentara com direitos trabalhistas suas 2,5 mil funcionárias, envolvidas em ousada e vitoriosa greve parisiense em 1936. Como a maioria dos milionários do período, convencida de que o nazismo combateria o bolchevismo, ela partiu em missão a Madri, por exemplo, a pedido do general da SS Walter Schellenberg, um conhecido de seu último relacionamento amoroso, com o barão Von Dincklage, conhecido por Spatz. Anteriormente, em 1941, já havia aceitado introduzir um espião alemão de seu conhecimento na capital espanhola em troca da libertação do sobrinho Andre Palasse, preso pela ação na Resistência Francesa.

E havia uma razão a mais para atuar em prol da vitória nazista. Chanel sentia urgência em reaver os direitos autorais plenos sobre o *Chanel n° 5*, que vendera em parte à família judaica Wertheimer quando o produto perdia todas as chances de sobrevivência. Foram os irmãos judeus os responsáveis por expandir a marca, especialmente ao fugir de Paris em direção a Nova York, após uma breve passagem pelo Brasil. Hitler não ganhou a guerra e Chanel, portanto, jamais pôde reaver o controle sobre sua maior criação, aquela que, embora tivesse sido seu fiel retrato no início, agora restava na imaginação mundial como um ícone inalcançável, desprovido de sua importante origem. ●