

# Fetiche

Livro revela os segredos do Chanel n°5, ícone da perfumaria que tem um frasco vendido a cada 30 segundos

Bety Orsini

orsini@oglobo.com.br

Segredos são segredos. Marilyn Monroe, símbolo sexual de todos os tempos, exercia um enorme fascínio sobre os homens que aumentou, ainda mais, quando a atriz resolveu contar o que todo mundo queria saber: como se atrevia ser tão sensual? Sem pudor, revelou: dormia nua, com gotinhas do perfume Chanel n° 5.

Loura falsa é verdade, mas deslumbrante com seu corpo roliço, bem ao gosto dos homens daquela época, e com uma voz rouca inconfundível. O ar de garota ingênua contrastando com a boca vermelha e sensual enlouquecia os homens que banhavam-se em sonhos eróticos proibidos para menores. Dizem que muitos marmanjos daquela época presenteavam as namoradas com Chanel n° 5 e, de olhos fechados, aspiravam o aroma inebriante do perfume sonhando com a loura sexy enquanto beijavam a namoradinha.

No livro "O segredo do Chanel n°5", de Tilar J. Mazzeo (mesma autora do famoso "A Vítima Clicquot"), a autora conta que uma pesquisa entre mulheres do mundo todo prova que o Chanel n° 5, também conhecido pelos especialistas como Le Monstre, foi eleito a fragrância mais sedutora do planeta. Até hoje as mulheres o escolhem porque esperam dele o milagre de arrumar um homem, levá-lo para a cama e, quem sabe, para o altar.

## Cheiro de cortêsã

E assim as vendas alcançam mais de US\$ 100 milhões por ano, ou seja um frasco de perfume a cada 30 segundos, em qualquer lugar do mundo. As cifras e o número são do governo francês e, portanto, oficiais. Com sua experiência de biógrafa e historiadora cultural, Tilar explora todas as nuances do segredo deste produto que se tornou, desde seu lançamento, em 1920, um dos ícones do luxo. E tenta desvendá-lo a partir de sua criadora — a fascinante Gabrielle Coco Chanel —, que amava a simplicidade com elegância e transformou a infância pobre e triste em um mundo de belas fantasias e, claro, de sonhos realizados.

Pesquisando o passado da estilista, Tilar encontra em Aubazine, o convento transformado em orfanato onde a estilista francesa cresceu, explicações para quase tudo o que existe no perfume: os aromas de lavanda vêm dos campos, o das rosas e jasmims são lembranças do jardim monacal, os traços de pau-rosa e verbena cheiram como os armários onde se guardavam toda a roupa branca que a menina ajudava a consertar. O número cinco era um dos símbolos dos monges cistercienses responsáveis pela construção do prédio, e considerado especial por seu poder místico. A arquitetura da construção reflete o poder cabalístico do número 5, dizem os conhecedores.

Ao sair do convento, Coco abandonou a religião mas continuou acreditando nos sonhos e na magia, na identidade dos aromas e

"Um mulher deve cheirar como uma mulher, não como uma flor."

CHANEL

"No século XVIII, Madame Du Barry ou Bovary, usava grande quantidade de ambergris (ouro flutuante), cuja origem são as fezes de baleia, que deixava Luís XV louco de desejo."

"Um concorrente na fabricação de perfumes afirmou a Ernest Beaux, sobre o Chanel n° 5: "É inacreditável! Não é uma fragrância, é um danado de um monumento cultural, como a Coca-Cola."

TILAR J. MAZZEO, escritora



MARILYN atribuiu seu glamour às gotinhas de Chanel

negócio e entrou para o mundo da moda para nunca mais sair. Com seu talento obteve sucesso e dinheiro, mas nunca foi aceita como igual pela alta sociedade parisiense, jamais se casou com o rico Boy Capel, nem a deixaram esquecer sua origem pobre ou a tentativa frustrada de fazer carreira como cantora de músicas lascivas em um cabaré do interior. Seu destino era outro, voltado apenas para suas criações. O desejo de ter um perfume ligado à sua grife tornava-se cada vez mais forte e depois da morte de Boy Capel, intensificou-se. Chanel começou as pesquisas sobre aromas para esquecer um pouco os problemas do coração. Procurava algo ao mesmo tempo exuberante, opulento e sensual mas que lembrasse a limpeza de Aubazine ou o charme de Émilienne.

Contraditório sim, e possível, como ela iria descobrir. A mola propulsora foi a grande procura dos perfumes franceses pelos americanos, depois da Primeira Guerra Mundial. Fortunas surgiam com a nova indústria. Chanel estava interessada. A pesquisa passou por várias etapas devidamente registradas no arquivo da grife Chanel e outros documentos.

No livro, Tilar conta toda a história e enumera os esforços de Chanel para encontrar o seu perfume, as constantes viagens em buscas das fragrâncias, as misturas orientais experimentadas, as preferências conhecidas de reis e rainhas. E mostra a vida de Chanel por um ângulo criativo, conduzindo o leitor por um mundo novo, como Scott Fitzgerald descreveu a década de 1920.

## Espírito das melindrosas

Foi no verão de 1920 que Chanel decidiu ter uma casa de alta-costura e um perfume diferente de qualquer outro, com um cheiro artificial. Um perfume que não existisse, que precisasse ser criado com os mesmos cuidados que um vestido de luxo. Ela queria redefinir a feminilidade do século XX. E o fez quando, finalmente, encontrou um perfumista capaz de saber exatamente a nota da fragrância que ela imaginava. Chamava-se Ernest Beaux e era praticamente um mágico. Já havia criado vários perfumes e muitas histórias já corriam sobre o novo perfume, nenhuma delas confirmada, o que, na verdade, não importa muito. O Chanel n° 5, cuja história é envolta em mistério, é a combinação de dois buquês — um natural e outro sintético — atuando em sutil equilíbrio, um casamento perfeito entre o aroma (novo) dos aldeídos, usado pela primeira vez em um perfume popular, e a fragrância de flores como a rosa e o jasmim. Ele representava o espírito da época, das melindrosas, era ousado e insólito e mudaria para sempre o paradigma dos perfumes. Foi lançado por Chanel no mesmo ano, sem nenhum apelo de marketing, tornando-se um ícone. As "mulheres usam o Chanel n° 5 para compartilhar fantasias. As jovens usam para se sentirem ricas e sofisticadas. As ricas e sofisticadas usam para se sentirem sexy. E as mulheres sexy sabem perfeitamente a razão para o usarem". O que nos leva de novo a estonteante Marilyn Monroe e a sua declaração: "Para dormir uso apenas algumas gotas de Chanel n° 5". Moderno. Elegante. Sensual. E basta. ■



MINT

WWW.ANIMALE.COM.BR

## ANIMALE

símbolos, no misticismo oculto nos números. Com a religião foram-se os dias entediados de rezas e silêncio. Coco abraçou a vida de prazer que ansiava. Pobre no início, mas cheia de glamour com o passar do tempo e dos amantes.

Vivendo com um rico protetor, Coco aprendeu muito sobre a vida dos poderosos e as diferenças que existiam entre eles e os demais mortais; sobre a elegância verdadeira; sobre os preconceitos sociais; sobre a vida em sociedade.

Tempo e dinheiro não eram problemas. Sobravam-lhe os dois para observar o comportamento das pessoas que frequentavam a mansão em que morava.

Uma de suas grandes inspirações foi madame Émilienne d'Alençon, ex-amante do rei da Bélgica, que lhe ensinou a diferença entre o cheiro de uma boa moça e o de uma cortêsã. Segundo ela, as senhoritas respeitáveis usavam aromas florais de rosas e violetas simbolizando a pureza do corpo de da alma,

enquanto as cortêsãs de luxo exalavam perfumes de jasmim, patchouli, almíscar e angélica, que reafirmavam o seu poder sexual.

Pouquíssimas mulheres ousavam atravessar esta fronteira tênue e perigosa capaz de destruir qualquer reputação. Havia uma conexão, apenas sentida, entre perfume e prostituição e nenhuma moça de família gostaria de ser confundida com uma sirigaita de virtude duvidosa. Nem mesmo Coco que, apesar da educação puritana, havia

escolhido os prazeres mundanos. Ela detestava sentir o odor obscuro da prostituição exalado pelas outras amantes de Étienne Balsan, que frequentavam o castelo de Royallieu Étienne, seu amante — e também de Émilienne.

Tilar afirma que Émilienne quebrou as regras da sexualidade feminina ao trocar o cheiro das cortêsãs pelo aroma de limpeza. "Ela recusava-se a cheirar a boudoir, perfumava-se levemente e estava sempre com a pele im-

pecável, os cabelos limpos e cheirosos, sem jamais abandonar a sensualidade e a elegância como Coco Chanel lembrava-se bem."

Étienne mostrou-se um perfeito cavalheiro apresentando a segunda amante, Coco, à sociedade, aos amigos e patrocinando seu primeiro ateliê: uma chapelaria. A Maison de alta-costura só veio mais tarde. De teúda e mantida Coco se transformou em grande êxito comercial. Arranjou um novo amante, com o apoio do antigo, expandiu o