

## O ÊXTASE EM PARISIENNE/YSL: O BRILHO CONTROVERSO DE DUAS ESTRELAS

*Ecstasy in Parisienne / YSL: the Controversial Brightness of Two Stars*

VELLOSO, Isabela Monken; Doutora; IAD/UFJF;  
isamonken@uol.com.br<sup>1</sup>

Grupo de Pesquisa Interfaces da Moda: Saberes e Discursos

**Resumo:** Neste artigo são narradas incursões acerca do figurino e dos elementos cenográficos do vídeo publicitário do perfume *Parisienne*/YSL, buscando-se entrever diálogos estabelecidos entre o perfume, a narrativa e os discursos evocados. O texto contempla a trajetória da fragrância bem como os gestos da tradução cênica de um discurso híbrido, situado no diálogo Cultura do Perfume e Cultura de Moda.

**Palavras-chave:** Cultura de Moda - Cultura do Perfume – Figurino – Cenografia – Parisienne/YSL

**Abstract:** In this article are chronicled raids on the costumes and scenography elements of YSL's fragrance Parisienne advertising video, searching for a glimpse of the dialogue established between the perfume, the narrative and the speeches evoked. The text covers the history of the fragrance and the gestures of the scenic translation of a hybrid speech, located in the Cultural Dialogue Perfume and Culture of Fashion.

**Keywords:** Fashion Culture - Perfume Culture - Costume - Set Design -- Parisienne/YSL

*A respiração do odor é, portanto, ao mesmo tempo, um prelúdio e um poslúdio ao gozo, porque ele permite antecipá-lo e fazê-lo durar.*

*Chantal Jaquet<sup>2</sup>*

### 1. Introdução: vestindo o planeta

*“Pode achar graça, mas você veste o planeta, meu caro”, “Mas estou com vontade de vestir o planeta de outro jeito agora”.* São estas as palavras icônicas que traduzem o diálogo de Yves Saint Laurent com seu companheiro Pierre

---

<sup>1</sup> Doutora em Ciência da Literatura/UFRJ; Mestre em Teoria Literária/UFJF; Especialista em Moda, Cultura de Moda e Arte/UFJF, Professora Adjunta do IAD/UFJF; Coordenadora do Curso de Extensão *Vestindo os Aromas*; Líder do Grupo de Pesquisa/CNPQ *Interfaces da Moda: Saberes e Discursos*.

<sup>2</sup> JAQUET, Chantal. **Filosofia do Odor**. Trad. Michel Jean Maurice Vicent e Maria Angela Mársico da Fonseca Maia. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014, p. 139.

Bergé, no filme a ele dedicado dirigido por Bertrand Bonello (SAINT LAURENT, 2014). Nascido em 1936, o estilista argelino, erradicado na França, escreveu uma narrativa que o inseriu como um dos grandes nomes da moda do século XX. Em 2002, despediu-se da moda, encerrando sua atuação. No filme a ele dedicado (SAINT LAURENT, 2014) são ilustrativas algumas passagens, muito reveladoras da compreensão que o artista tinha de si e do alcance surpreendente do seu imaginário livre e transgressor, preso a si próprio na singular grandiosidade do que havia criado: “*Eu não tenho concorrentes. Este é o meu drama.*”; “*Eu adoraria parar, mas não consigo*”; “*Isto tudo é muito engraçado. Eu criei um monstro. E agora tenho que viver com ele*”. YSL, o pai do smoking feminino, destaca-se nos manuais de moda como um dos primeiros estilistas a utilizarem modelos negras e asiáticas. Em suas propostas visuais, traços de um olhar singular faziam-se notar. Inseriu-se livremente no prêt-à-porter, assim como na alta-costura, neles destacando-se com sua abordagem equilibradamente transgressora, marcada pelo multiculturalismo, pela aderência à revolução sexual e por sua afeição ao exótico. Em 2008, YSL falece acometido por um câncer cerebral.

## 2. Paris/YSL: a rosa complexa e brilhante de Sophia Grojsman

“Uma mulher que ama intensamente e sabe fazer-se amar” (O FASCINANTE, 1998, p. 185) – o perfume *Paris*, lançado pela marca YSL, em 1983, é assim descrito no quarto volume da obra “*O Fascinante Mundo dos Perfumes*”. A fragrância, reconhecida como obra-prima da perfumaria francesa, foi concebida pela perfumista russa Sophia Grojsman da *International Flavors and Fragrance* (IFF). Alain de Mourgues desenvolveu o design do frasco, tendo como inspiração a cidade de Paris – o próprio YSL teria participado ativamente desse processo ao desejar que a roupagem da fragrância fosse algo semelhante a um *diamond button*, refletindo em suas facetas a luz, numa menção à maneira como a capital francesa era mundialmente abordada.

Vosnaki (2016), respaldando-se no relato da jornalista Susan Irving, descreve uma curiosa narrativa sobre a criação do perfume *Paris*: a perfumista

Sophia Grojsman, quando estava no processo desenvolvimento desta fragrância, foi perseguida na rua por homem embriagado, obrigando-a a apressar-se. O homem explicou-se: "*ei senhora, eu não a estou seguindo; estou apenas tentando cheirar seu perfume!*" (VOSNAKI, 2016). Nesse momento a articulista argumenta que Sophia percebeu estar diante de um bom resultado: uma fragrância sedutora, marcante e envolvente.

A opulência feminina de Paris estava perfeitamente circunscrita à moda dos anos 1980, em que vigorava a abordagem feminina da exuberância. Acerca dos componentes de Paris e de sua orquestração, Elena Vosnaki (VOSNAKI, 2016) contextualiza sua inscrição na perfumaria dos anos 1980:

O segredo da radiância de Paris (1983) se escondia no uso de damascones, material aromático que providenciou a suavidade rosada em Guerlain Nahema alguns anos antes. Daí em diante eles se tornaram emblema dos perfumes de rosa dos anos 1980, engolindo tudo em seu véu intensamente brilhante, desde o chypre (Diva, Knowing) ao floral (Nombre Noir) e fazendo o caminho todo até os orientais. As notas-chave em Paris de Yves Saint Laurent são o espinheiro-alvar no topo (providenciado por um aldeído), as muito perceptíveis violetas (a partir de iononas) e um toque de mimosa com mel que aquece o buquê floral. A base é construída sobre materiais magalodon que estruturam a fórmula e lhe dão a impressão expansiva que é típica das fragrâncias dos anos oitenta.<sup>3</sup>

No livro de Luca Turin e Tânia Sanchez – *Perfumes: The Guide* – um dos guias de perfume mais lidos da França, a fragrância recebeu honrosas quatro estrelas com uma extensa descrição. Neste caso, após utilizá-la, o crítico não foi propriamente seguido:

A grande Sophia Grojsman (Yvresse, Trésor, Eternity, Calyx) junta tudo isso, o que marca o derradeiro fim desta trajetória particular, o ponto além do qual não é possível fazer uma rosa mais barulhenta, maior e mais complicada. Daqui em diante, só é possível inovar ao se subtrair e não ao se somar. Um monstro lindo e brilhante. Eu pulverizei este perfume, sem pensar, da primeira vez que o vi em uma loja de departamento e logo percebi que havia cometido uma gafe quando as pessoas começaram a se afastar de mim na rua e no elevador da empresa. Compre este perfume, mas use-o por sua conta e risco. (TURIN; SANCHEZ, 2008, p. 281, tradução nossa).

---

<sup>3</sup> VOSNAKI, Elena. **Paris Yves de Saint Laurent celebra seu 30º aniversário**. Disponível em: <http://www.fragrantica.com.br/novidades/Paris-de-Yves-Saint-LaurentCelebra-seu-30%C2%BA-Anivers%C3%A1rio-588.html>. Acesso em 20/05/2016.

### 3. As duas estrelas de *Parisiennes*/YSL

Uma prática recorrente do universo na perfumaria é a produção dos chamados *flankers*: tratam-se de fragrâncias produzidas a partir de um perfume principal, configurando-se como variações olfativas nele inspiradas. Um *flanker* poderá muitas vezes distanciar-se totalmente da fragrância principal, compondo outra abordagem olfativa, ainda que parta da primeira como convite temático. Paris/YSL gerou inúmeros flankers, entre eles situa-se o perfume *Parisienne*, um floral amadeirado almiscarado, lançado em 2009 pela marca. Respondem pela criação da fragrância a perfumista Sophia Grojsman e Sophie Labbé. Nas sua composição destacam-se: “As notas de topo são oxicoco, amora e vinil, as notas de coração são violeta, peônia e rosa damascena, as notas de fundo são vetiver, almíscar, sândalo e patchouli ou oriza”.<sup>4</sup>

O frasco mantém-se inspirado no perfume Paris, destacando-se o vidro multifacetado como um diamante. Em sua parte frontal, uma etiqueta preta com a inscrição dourada das iniciais YSL. A tampa intensamente dourada, redonda e clássica apresenta densidade e peso, conferindo à abertura do frasco e a seu fechamento a noção da solidez de materiais bem concebidos. O líquido destaca-se por sugerir a transparência e suavidade de uma tonalidade quase orgânica num tom rosáceo evanescente e delicado. Diferentemente da base curvilínea de seu anterior, *Paris*, em *Parisienne* predominam linhas ovaladas, mas numa ênfase verticalizante – a embalagem sugere certa modernidade, limpidez e elegância.

Quanto à fragrância *Parisienne*, pode-se dizer que ela não é propriamente uma unanimidade. No *The Guide*, Tânia Sanchez e Luca Turin (2008) conferem-lhe muitas críticas que permeiam desde o spot – objeto desta análise – até ao perfume para qual conferiram apenas duas estrelas:

---

<sup>4</sup> FRAGRANTICA. Parisienne Yves Saint Laurent Feminino. Disponível em: <http://www.fragrantica.com.br/perfume/Yves-Saint-Laurent/Parisienne-6493.html> Acesso em 20/05/2016.

Podemos nos sentir tristes pela grande Sophia Grojsman, meio desacreditada por esta adaptação do seu renomado e influente Paris (1983). Para alguém que concebeu tal monumento, ter que transformar sua imponente cobertura em quarto e sala deve ser difícil. O que é servido aqui pela enésima vez, de forma fria, não é nem uma ideia do YSL, como em Rive Gauche, mas um mito de cartão postal: nas propagandas com Kate Moss tendo uma experiência sensual em uma limusine ao longo do Sena, só falta o Tom (do Tom & Jerry) exibindo um pequeno bigode e falando com ela com uma voz de Charles Boyer: *'Meu amor não é uma fagulha, mas uma chama uivante'*. A fragrância? Depois de regular a estridente explosão "oi-como-vai-você" de penugem higiênica, segue um aroma competente, mas derivado de floral químico, que dura até sua próxima esfoliação. (TURIN; SANCHEZ, 2008, p. 281-282)

No site Fagrantica (2016), a articulista tece críticas, certamente discutíveis, acerca do perfume e do filme publicitário:

No entanto ainda há... Parisienne, uma "moderna" rosa de vinil inferior e estaticamente representada pela modelo Kate Moss, dirigida a uma diferente faixa demográfica; suponho que à *chacun son goût* ...<sup>5</sup>

#### 4. *Parisienne*: do perfume ao figurino

Para divulgar a fragrância *Parisienne*, lançada em 2009, a marca encomendou um vídeo publicitário da agência americana Baron & Baron, empresa dedicada à publicidade, num amplo espectro de atuação que contempla desde campanhas em diferentes segmentos ao design de produto e de embalagens, atuante em áreas como perfumes, moda e cosméticos de marcas de luxo e globais. O spot foi dirigido pelo premiado diretor de arte Fabien Baron<sup>6</sup>, reconhecido por fazer acionar a venda de inúmeros perfumes com suas campanhas. Seu currículo na moda inclui expressivas e reconhecidas atuações como diretor criativo em importantes revistas internacionais como a *Vogue Itália* e *Harper Bazaar*. O jornal *New York Times* a ele se refere em sua reportagem

---

<sup>5</sup> VOSNAKI, Elena. **Paris Yves de Saint Laurent celebra seu 30º aniversário**. Disponível em: <http://www.fragrantica.com.br/novidades/Paris-de-Yves-Saint-LaurentCelebra-seu-30%C2%BA-Anivers%C3%A1rio-588.html>. Acesso em 20/05/2016.

<sup>6</sup> Sobre Fabien Baron/ Baron & Baron: <http://www.baron-baron.com/flash/2/noflash.html>

“Fabien Baron: o diretor de arte como uma estrela”<sup>7</sup>, afirmado tratar-se de um dos raros diretores que atuam com tanto sucesso na chamada “arena fashion: revistas, propagandas, embalagens e design de produtos”<sup>8</sup>. Fabien Baron foi também o designer criador do mundialmente conhecido frasco de CK One.

No vídeo por ele dirigido para o perfume *Parisienne*<sup>9</sup> uma das mais icônicas modelos dos anos 1990 estava presente: Kate Moss. A polêmica modelo inglesa destacou-se como uma antimodelo, diferindo-se das demais, principalmente, por sua estatura (1m68), considerada pequena em seu meio, e por seu visual identificado pela expressão heroína-chique: uma visualidade pálida e magra, cabelos desorganizados, com postura blasé, tida por muitos como semelhante àquela dos usuários de drogas. Há na imprensa narrativas que mencionam o uso de drogas pela modelo, bem como sua reabilitação. Em 2009, para a campanha impressa de divulgação do perfume *Parisienne*, Kate Moss foi registrada pelas lentes de Craig McDean, importante fotógrafo de moda, num ensaio no *Palais de Chaillot*.

A narrativa do vídeo começa com a entrada da personagem que encosta ofegante seu corpo no banco de trás de um carro que a conduz. A música reitera o passo a passo de seus movimentos. As cenas destacam toda a movimentação

---

<sup>7</sup> HORYN, Cathy, Fabien Baron: The Art Director as Star. **New York Times**. 26 set. 2008. Disponível em: [http://www.nytimes.com/2008/09/28/fashion/28FABIEN.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2008/09/28/fashion/28FABIEN.html?_r=0) Acesso em 20/05/2016.

<sup>8</sup> Idem, ibidem. Tradução nossa.

<sup>9</sup> Ficha técnica do filme: “**Agency:** Baron & Baron New-York; **Director:** Fabien Baron **Production:** Paranoïd **Post-producer:** Nathalie Delvigne. **Mikros image VFX Executive Producer :** Fabrice Damolini; **Project Manager :** Emilie Perret; **Shooting supervisors :** Stéphane Pivron & Michaël Moercant; **Flame Lead :** Stéphane Pivron, assisted by Emmanuel Lecourbe, Damien Cannameras, Gurvand Tanneau. **Matte Painting:** Christophe Courgeau & Thomas Mouraille”. Disponível em: <http://www.mikrosimage.eu/english/archived/ad-campaign-yves-saint-laurent-la-parisienne-by-fabien-baron/>

Para visualização do vídeo: <http://www.mikrosimage.eu/english/archived/ad-campaign-yves-saint-laurent-la-parisienne-by-fabien-baron/>

de seu corpo, sua respiração prolongada e a lentidão ali descrita já parecem insinuar o tom erotizante do que se anunciaria.

Ela está vestida com um traje preto composto por uma saia-lápis, um corpete de couro e um smoking jacket. Nos pés, um salto alto, *peep-toe*. Os cabelos loiros estão parcialmente despenteados, provisoriamente presos e um coque aparentemente natural. Não se observam outros adereços como brincos e anéis.

Às imagens reflexivas da mulher mesclam-se cenas de um encontro entre amantes, a figura de seu parceiro é sugestionada por um braço masculino que percorre o corpo da mulher. Há momentos, inclusive, no correr das cenas, em que, num olhar apressado, se podem confundir os atores e o outro só se revela como um prolongamento do corpo feminino em sua busca pelo êxtase.

Ela revela sentir muito prazer, tanto na cama entre os lençóis como no veículo que a conduz, no qual parece ainda lembrar seu êxtase. A rosa - um dos elementos importantes da fragrância – já está desabrochada, algumas pétalas, inclusive, insinuam contorcerem-se pela ação do tempo. Em vários momentos da gestualidade feminina e do êxtase continuamente evocado pela cinética do corpo, da boca e dos olhos, a rosa surge como um instrumento integrante do prazer. Ela é conduzida pela própria personagem pelo seu corpo, acariciando-se. A flor, neste sentido, parece funcionar tal como um índice que atualiza a presença de um outro, num jogo a um só tempo metonímico e narcisista no qual o que parece estar em jogo é mesmo o prazer.

Nas cenas podemos observar uma predominância de tons contemporâneos que sugerem a afiliação ao artifício. Se por um lado, o instinto e o desejo são abordados e o universo do mundo natural se faz presente pelo rosáceo pôr do sol, por outro, os signos do arbítrio, do artifício, da urbanidade e da contemporaneidade se fazem presentes: eles estão na roupa da mulher – um traje clássico com uma abordagem contemporânea - no tom acinzentado, parcialmente sintético, ainda que fino e delicado do lençol, nas luzes da cidade, no movimento do automóvel – uma limusine que margeia o Sena?

O universo da tradição também dialoga com os signos contemporâneos: a porta do espaçoso automóvel apresenta as travas pontiagudas e prateadas dos carros clássicos, com maçanetas igualmente reluzentes, os ícones parisienses como a Torre Eiffel não deixam dúvidas sobre o pertencimento geográfico do passeio. A música metálica e forte, *I Feel You*, lançada em 1993 pelo grupo inglês *Depeche Mode*, acentua a inscrição contemporânea do spot, ainda que atinja plenamente o imaginário do público alvo da campanha: as balzaquianas.

A cama estilizada, parcialmente revelada, entalhada em tons negros, acinzentados, opacos, os tecidos finos da roupa de cama e a cortina transparente e acetinada parecem sugerir que ela “estava em bons lençóis”. O chão do quarto, a roupa de cama e o mobiliário sofisticado – sutilmente entrevistado em uma das tomadas - compõem um ambiente que parece traduzir força, artifício, tradição, contemporaneidade e luxo. A cenografia do quarto sugere um ambiente, pontualmente, masculino, inserindo-se códigos que, em seus aspectos qualitativos, dialogam com as notas masculinas também presentes na fragrância, como as amadeiradas.

Se o encontro amoroso foi envolvente, as cenas sugerem um glamour asséptico, quase inorgânico, a despeito da reiterada presença das rosas. Estas, por sua vez, guardam antíteses: a um só tempo parecem orgânicas, mas também, as do buquê, sintéticas e decorativas.

Na narrativa, a flor, metáfora para a experiência do desejo, também parece funcionar como coadjuvante do prazer feminino. A presença do buquê na cama poderia sugerir a sutileza do encontro entre amantes sensíveis, que com rosas se presenteiam. No entanto, as muitas flores na cama, índices e dispositivos de prazer, parecem acentuar os movimentos do desejo e da alternância despreocupada dos atores, ampliando metaforicamente o campo da sedução e de seus envolvidos - o espectador, inclusive, poderá também sentir-se incluso, na sua condição de *voyeur*. A rosa e o buquê perdem sua inscrição simbólica das referências românticas de pureza e afeição e ganham tons nitidamente erotizantes.



As rosas não são discretas, hiperbólicas e repolhudas remetem às rosas de Marrakesh – uma paixão de Yves Saint Laurent – e ao direcionamento do estilista para a produção do perfume Paris, a partir do qual *Parisienne* situa-se como *flanker*. Para a fragrância Paris (1983), ele não queria rosas singelas, factíveis, desejava sim aquelas imaginadas, as de Marrakesh.

Símbolos de força são continuamente reiterados na imagem da mulher a despeito de sua delicadeza. Ela, ainda que meditativa, parece muito resoluta e plena na condição não de objeto amoroso – ao que o senso comum facilmente vincularia à representação visual de uma mulher nitidamente bela num traje sensual e fetichista - mas de agente e guardiã de seu próprio prazer.

Além do aspecto de limpidez envernizada e misteriosa neste tórrido encontro, outros signos parecem ali sugeridos: o movimento e o etéreo. Em todas as cenas assiste-se a uma fuga da fixidez, tudo reitera o movimento: os cabelos, as luzes, os lençóis, o deslocamento dos corpos, a transitoriedade da paisagem e da própria natureza – há inclusive uma cena em que a aurora parece acelerada por tomadas do céu parisiense. A sugestão do etéreo também é sinalizada em algumas cenas em que o tom rosáceo traça afinidades com a visualidade do perfume, seu líquido, e com alguns elementos de sua composição. A mulher entra na limusine à noite e desce do carro ao amanhecer. A ideia de movimento, entretanto, ocorre sempre a partir de uma abordagem etérea da impermanência, reforçando subliminarmente a noção de passagem, alternância e leveza – signos perfeitos para tratar um objeto fragrante.

Em uma das cenas, o vidro do carro com a paisagem nele refletida revela paulatinamente o rosto da personagem com as rosas – importante material na concepção da fragrância, unindo a geografia ao sujeito, o mistério ao imaginário e ao cheiro. Na cena final, o frasco também movimenta-se, revelando ao espectador todas as suas facetas. A tonalidade etérea do líquido rosáceo confunde-se capciosamente com o mesmo tom da aurora parisiense, unindo os códigos e campos semânticos: espaço/tempo/ perfume.

A mulher também transita, não permanece nem na limusine e nem no quarto, do qual sai calmamente, deixando o homem semivestido sob o lençol –

nesta cena ela manuseia a rosa com convicção, quase dobrando-a, enquanto a desliza pela cama, num gesto de quem analisa, aproveita e marca os últimos rastros de um momento. A rosa com a qual a mulher percorre o lençol funciona como signo indicial de sua presença, surge ali, capciosamente, também como um prolongamento da fragrância, como a dizer do poder de sedução da mulher que usa *Parisienne*.

A escolha da modelo Kate Moss cumpre uma ampla função: atende ao repertório iconográfico das balzaquianas, alvo da campanha, e sua beleza singular, contemporânea, isenta de simbolismos românticos, também evoca sensualidade e impertinência. Seu *smoking jacket*, parcialmente apoiado nos ombros, também está, por assim dizer, por vestir, reafirmando a ideia de transitoriedade. Nas tomadas finais, a flor sinaliza a ação do tempo e a efemeridade, com suas pétalas quase soltas, tremulam assim como o cabelo da mulher sob a ação do vento. Nas cenas, o instante importa tanto quanto o desejo. Com essas palavras da locução grave e feminina a narrativa se encerra: “*Parisienne, vivendo e amando no momento. A nova fragrância Yves Saint Laurent*”.

No vídeo analisado, o figurino desempenha inúmeras funções simbólicas e indiciais. A cor do traje circunscreve a protagonista numa paleta que evoca mistério e elegância: diferentes e sutis gradações de preto em diferentes texturas e tonalidades. A saia-lápis reforça os atributos de feminilidade, em sua aparente uniformidade e comedimento, ela revela os contornos do corpo, conferindo-lhe um caráter a um só tempo sensual e funcional. O corpete de couro apresenta uma similitude visual com os espartilhos – uma roupa circunscrita ao universo do fetiche sexual, ele comprime o corpo e o envolve:

Se os fetichistas gostam de artigos brilhantes e apertados que se enlaçam ou amarram, isso pode indicar uma elevada preocupação com a penetrabilidade do corpo. Certamente, materiais fetichistas dramatizam os aspectos exteriores fronteiros do corpo. (STEELE, 2007, p.202)

O corpete destaca os seios e o colo da personagem – zonas de sensualidade e de intimidade. Estar revestida de couro é de certa forma cobrir-

se com uma outra dimensão orgânica – o que confere ao indivíduo a sugestão de força e sensualidade. Há na utilização do couro preto acetinado um diálogo com o frasco do perfume: sobre uma tira preta deste material as inscrições YSL são registradas. No corpete, uma peça contemporânea se destaca: o zíper. Ele é suficiente para sugestionar indicialmente os seios da personagem, bem como a possibilidade de abertura e desnudamento, reforçando o teor erotizante da roupa.

Ela não veste o *smoking jacket* – um peça que transita entre os gêneros e também traz o código de força e independência da saia – lápis. A peça está apenas envolvendo-a, como a sugerir a condição de naturalidade e incompletude – o prazer ainda permanece. O *smoking jacket* apresenta em sua lapela, quase sempre acetinada, em contraste com a estrutura isenta de brilho, uma ligação sutil com outros elementos cênicos, como o brilho sedoso do lençol, a cama com detalhes escuros e opacos - mobiliário sólido, tradicional, numa releitura contemporânea - unindo em seus código diferentes campos semânticos, numa antítese harmônica e elegante.

Para a criação de *Parisienne*, ao lado de notas femininas, as perfumistas acrescentaram notas sintéticas de vinil aliadas a um contraste pontualmente masculino de notas amadeiradas, inserindo neste complexo e incompreendido buquê um sutil equilíbrio de contrastes. A roupa, nesse sentido, encarna o cenário e o perfume, revelando a unidade da narrativa.

Na narrativa, os índices e rastros são continuamente reforçados: antes de sair da cama ela segura a rosa tal como uma tala, percorrendo assertivamente o lençol – num gesto dominador e erotizante. No âmbito dos tecidos que se destacam no vídeo, reconhecemos o caráter sintético, acetinado não apenas na lapela do *smoking jacket*, mas nos destacados lençóis acinzentados - eles reforçam a sugestão tátil e sensual dos tecidos íntimos, assim como trazem o brilho do artifício. Nesses signos, pode-se entrever uma convergência sensorial com as exóticas notas sintéticas de vinil que compõem a proposta contemporânea e híbrida da fragrância.

Outra superfície que reluz é o corpete de couro envernizado - nele se vislumbram, por intersemioses, as notas sintéticas do vinil unidas às notas almiscaradas e sensuais de *Parisienne*. O discurso do vídeo parece incluir, no contraste com o opaco, o brilho fetichista:

O endurecimento e a umidificação da excitação sexual parecem estar subentendidos em superfícies emborrachadas brilhantes. (STEELE, 2007, p.160)

(...) o próprio look de impenetrabilidade dura e molhada significa implicitamente sexo seguro. (STEELE, 2007, p. 202).

A maquiagem escura ao redor dos olhos sugere uma abordagem contemporânea e misteriosa da protagonista e dialoga muito bem com a sonoridade noturna e erotizante da música eletrônica da icônica banda inglesa *Depache Mode*. Nas unhas, um esmalte claro, transparente, com brilho, reitera o código de limpidez, equilíbrio, assepsia e naturalidade.

Tudo em sua roupa e visualidade indica que ela frequenta o mundo ainda recém saída de uma noite de prazer. Seus lábios guardam do batom apenas sua sombra, seus olhos ainda registram a maquiagem – não aquela recém feita, mas a que permanece no final da noite. Os olhos, destacados por tons escuros, e o cabelo em comedia desordem traçam afinidades estilísticas com o estilo grunge, típico dos anos 1980, ainda que o batom se faça pálido. Nesse sentido, a narrativa e a maquiagem parecem fazer convergências com as notas de uma fragrância contemporânea e rica em antíteses. O perfume perpassa o estreito encontro do masculino com o feminino:

As perfumistas Sophia Grojsman e Sophie Labbé descreveram a fragrância como 'um grande floral com uma estrutura amadeirada, luminosa mesmo em seu aspecto de mistério. É o perfume da ultra feminilidade, aquecido pelo impressão do homem que nela [na mulher] se esfregou'. Tradução nossa.<sup>10</sup>

A bolsa, uma *clutch* bem pequena, quase do tamanho do frasco, revela que o momento não era da ordem da função, mas do lazer, do gozo e da liberdade. A

---

<sup>10</sup> KATE Moss gets carried away with a sexy fantasy in new perfume advert. **Daily Mail – Online**. 02/09/2009. Disponível em: <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-1210640/Kate-Moss-gets-carried-away-sexy-fantasy-new-perfume-advert.html#ixzz49JsenzjC> Acesso em: 20/05/2016)

bolsa atua como signo indicial, sinalizando o propósito do momento narrado e seu contexto. Na narrativa descrita não são identificados acessórios como brincos, anéis e cordões. Essa ausência parece cumprir a função de reiterar a força da personagem e de seu poder de sedução – plena e convicta ela isenta-se do ornamento. Completando o figurino YSL da personagem, nos pés, um *peep-toe* – ele aciona tanto a sensualidade dos pés, parcialmente revelados, como a do salto alto, objeto reconhecidamente fetichista.

## 5. Considerações finais: notas de fundo

*Quando vivamente consciente  
por meio de algum sentido  
particular, mantenha essa  
consciência.  
Manuscrito Sanscrito Antigo  
Zen Flesh, Zen Bones<sup>11</sup>*

E o perfume? Ele surgiu no lençol, como a dizer de um parceiro secreto, que aciona o desejo do outro, tornando a personagem ainda mais desejada. O outro, por sua vez, não assume aqui a condição de alteridade, o outro poderá ser o outro de si – os braços se confundem. O registro da presença do homem exige um certo desejo de percepção. A mulher nas cenas descritas parece ser mentora e guardiã de seu prazer e o perfume – metonimicamente insinuado em todas as cenas - converte-se no material de passagem para a afirmação do êxtase e da autorrealização.

YSL poderia ter se sentido incomodado por aquilo que a crítica ao filme afirmou ser um apelo sensual e vulgar para a venda de perfumes. Por outro lado, com seu refinado faro e olhos de lince, ele poderia também, quem sabe, ter se felicitado ao encontrar um vídeo que, a despeito do uso de estereótipos fetichistas de sedução, não teme falar do êxtase feminino, vestindo com rara eficiência e coesão simbólica todos os códigos do controverso perfume e dos discursos nele envolvidos.

---

<sup>11</sup> TUCKER, Toni; ADLER, Judith. **Cão Zen**. Trad. Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

O drama de *Parisienne*: duas estrelas, vestindo numa rosa fria e nada angelical o êxtase feminino por um novo código, visto apenas pelas sombras da tradição e de seu antecessor que o desvanece com o brilho multifacetado de um monstro lindo—*Paris/YSL*.

Na cenografia e no figurino do filme publicitário, a fragrância encontra, engenhosamente, sua intersemiose, silenciosa e sutil, circunscrita à narrativa de um êxtase livremente momentâneo, de um prazer despreocupado, não funcional ou romântico. Se em *Paris/YSL* há “Uma mulher que ama intensamente e sabe fazer-se amar” (O FASCINANTE, 1998, p.185) em *Parisienne*, ela apenas ama o seu próprio desejo e dele se reveste com rosas sintéticas e notas de vinil, em um genuíno traje Yves Saint Laurent.

## 6. Agradecimento

**Agradeço à FAPEMIG o apoio financeiro concedido para a apresentação deste trabalho.**

## 7. Referências

DOVE, Roja. **The essence of perfume**: the master perfumer’s definitive guide.

FRAGRANTICA. *Parisienne Yves Saint Laurent Feminino*. Disponível em: <http://www.fragrantica.com.br/perfume/Yves-Saint-Laurent/Parisienne-6493.html> Acesso em 20/05/2016.

HORYN, Cathy, Fabien Baron: The Art Director as Star. **New York Times**. 26 set. 2008. Disponível em: [http://www.nytimes.com/2008/09/28/fashion/28FABIEN.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2008/09/28/fashion/28FABIEN.html?_r=0) Acesso em 20/05/2016.

JAQUET, Chantal. **Filosofia do Odor**. Trad. Michel Jean Maurice Vicent e Maria Angela Mársico da Fonseca Maia. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014. London: Black Dog Publishing, 2014.

KATE Moss gets carried away with a sexy fantasy in new perfume advert. **Daily Mail – Online**. 02/09/2009. Disponível em: <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-1210640/Kate-Moss-gets-carried-away-sexy-fantasy-new-perfume-advert.html#ixzz49JsenzjC> Acesso em: 20/05/2016)

O FASCINANTE mundo dos perfumes. São Paulo: Planeta, 1998. Vol. 4

SAINT LAURENT. Direção: Bertrand Bonello. Produção: Produção: Eric Altmayer.  
França: Imovision, 2014. 1 DVD.

STEELE, Valerie. Fetiche: moda, sexo e poder. Trad. Alexandre Abranches Jordão.  
Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

TURIN, Luca; SANCHEZ, Tania. **Perfumes**: the guide. New York: 2008, Viking.

VOSNAKI, Elena. **Paris Yves de Saint Laurent celebra seu 30º aniversário**.  
Disponível em: <http://www.fragrantica.com.br/novidades/Paris-de-Yves-Saint-Laurent-Celebra-seu-30%C2%BA-Anivers%C3%A1rio-588.html>. Acesso em 20/05/2016.