

A jornada de um cético pelos perfumes masculinos

Há muito de machismo por trás da resistência aos perfumes. Homens de verdade apenas usam desodorante, e vão em frente

Por Robert Armstrong — Financial Times

27/05/2021 05h01 · Atualizado há 16 horas



Grande parte dos americanos e dos britânicos acha a ideia de um homem que usa perfume altamente suspeita. Profissionais do mundo dos perfumes dizem que essa fatia dos consumidores, perdida para eles, sente-se “intimidada” ou “incômoda” com o produto. Eles sabem o que negócio é e o rejeitam, tanto por princípio quanto na prática.

Os homens anglo-americanos de classe média não são maioria no mundo, algo pelo qual devemos várias rodadas de sinceros agradecimentos ao divino criador. De qualquer forma, muitos deles têm o dinheiro para gastar e a vaidade na qual gastar.

Meu pai, ocasionalmente, usava a colônia 4711, pingava só uma gota em seu lenço; ele era refinado

Mas quando pergunto a amigos e colegas, homens e mulheres, o que pensam de homens que usam perfume, vem à tona o que poderíamos chamar de problema do Pepe Le Gambá [o galanteador e malcheiroso personagem dos desenhos animados]: alguém arrogante, que se esforça para parecer mediterrâneo, que empesteia o elevador com sua fragrância e que, muito provavelmente, é propenso a flertes indesejados.

Há muito de machismo por trás da resistência aos perfumes. Homens de verdade apenas usam desodorante, e vão em frente. Esse ponto de vista é compartilhado mesmo por alguns homens que usam perfume. Um amigo me disse que os usou diariamente por décadas, mas que diante da ideia dele mesmo comprar um perfume, em vez de ganhá-lo de presente de alguma mulher, sua reação era “um grande ‘de jeito nenhum’”.

Não há anúncios que bastem para mudar tal mentalidade, por mais que mostrem homens musculosos e bronzeados, em sungas apertadas, saindo de piscinas banhadas pelo sol.

Foi com todos esses preconceitos em mente que eu, um homem que só usa desodorante, assumi a responsabilidade desta tarefa. Obtive nove novos perfumes, alguns masculinos, outros unissex, e, sem preparação especial alguma, comecei a cheirar. Mas, a falta de vocabulário para diferenciar odores dificulta não apenas descrever o que estou cheirando, mas até dizer se eu gostei ou não.

Por exemplo, o Mixed Emotions, da Byredo, (US\$ 252, na byredo.com). Fazendo uma experiência “cega” (a partir de uma tira de papel com o nome escondido do outro lado), minha esposa Wylie e eu chegamos aos seguintes adjetivos: almiscarado, flores

estragadas, canela, cheiro corporal, remédio, xixi de gato, eucalipto e remédio. Aqui está o que a sinopse de marketing aponta: chá-mate, groselha preta, chá preto do Ceilão, folhas de violeta, bétula, papiro. Claramente, estávamos à deriva.

Alguns foram mais fáceis, em particular, os mais ensolarados e frescos, como o Costa Azzurra, da Tom Ford (85 libras, tomford.co.uk), o Neroli Sun, da Sunspel (90 libras, sunspel.com) e o Imagination, da Louis Vuitton (200 libras, louisvuitton.com, disponível a partir de junho). O Costa Azzurra se revelou bem doce e cítrico, com leves nuances terrosas. A empresa fala em sempre-verde, cítrico, cipreste e carvalho. Apenas pude sentir os cheiros de madeira ao voltar a cheirá-lo de novo, pensando em detectá-los; no Vuitton, eles se sobressaíram muito mais.

O Neroli foi mais interessante, com muitos desses mesmos cheiros, mas com um toque adicional vegetal que não consegui identificar. Depois, li que era o vetiver - uma grama usada para dar aos perfumes um cheiro campestre. Com essa palavra adicionada ao meu vocabulário, decidi que gostei da fragrância. Esse mesmo cheiro é o mais distintivo, junto com o de sândalo, no The Inimitable Mr Penhaligon, da Penhaligon (204 libras, penhaligons.com), outro de meus favoritos, que me “bateu” (para entrar no linguajar do marketing) como sendo masculino, sem ser desinteressante.

Minha mulher e eu escolhemos como preferido o Brioni (70 libras, harrods.com). Para mim, cheirava a água, e para minha esposa, cheirava a pepino e creme de barbear.

Como descobri depois, cheiros aguados são chamados no meio dos perfumes de “ozônicos” e normalmente derivam de um composto sintético chamado calone, descoberto pela Pfizer.

Houve algumas verdadeiras surpresas. O Matsukita, da Clive Christian (325 libras, na clivechristian.com), gerou a mesma resposta em mim e em minha esposa: óleo de motor (a empresa prefere “resinoso”, com bergamota, pimenta rosa, noz moscada, tons de jasmim; e por aí vai). Mas nós não conseguíamos deixar de cheirá-lo, e ambos gostamos.

Do que eu não gosto? O espectro almíscar/couro/tabaco/especiarias escuras - do Tobacolor (220 libras, dior.com), da Christian Dior, do Paris-Édimbourg, da Chanel, (112 libras, da chanel.com) e do Mixed Emotions - não é para mim ou, pelo menos, ainda não é.

A questão, acho eu, é que posso ter me convertido. Achei o processo fascinante. Cheirar uma fragrância, assim como cheirar um vinho, é uma oportunidade para discernir e surpreender-se.

Mas e quanto ao problema da repulsa [aos homens perfumados]? Liguei para Simon Crompton, do site de moda masculina Permanent Style. Ele explicou sensatamente que apenas as pessoas muito próximas - que te dão um abraço ou beijo - deveriam sentir o perfume que você está usando.

O que nos leva de volta aos perfumes de pai. Meu pai, muito ocasionalmente, usava a antiga colônia alemã 4711 - acho que ele pingava só uma gota em seu lenço; ele era refinado. Ao trabalhar para este artigo, encomendei uma das lindas garrafas, dourada e turquesa. Senti o cheiro de limões e, levemente, de lavanda e alecrim.

É um cheiro mais simples do que qualquer um dos modernos que experimentei, mas o que poderia superar um cheiro que te lembra a alguém que você amou? E não seria ótimo se houvesse um cheiro agradável que fizesse as pessoas se lembrarem de você? Isso, me parece, pode ser a palavra definitiva sobre o assunto. **(Tradução de Sabino Ahumada)**

Conteúdo Publicitário

Links patrocinados por taboola

LINK PATROCINADO

MEIA SAPATILHA INFANTIL EM FLEECE HOMEM ARANHA - TAM P AO G

39,90

LOJAS RENNER