

CARAS

-
-
-
-

- [Inicio](#)
- [Estilo](#)
- [Belleza](#)
- [Personajes](#)
- [Actualidad](#)
- [Espectaculos](#)
- [Fotos](#)
- [Videos](#)
- [Blog](#)
- [Promociones](#)
- [Agenda](#)

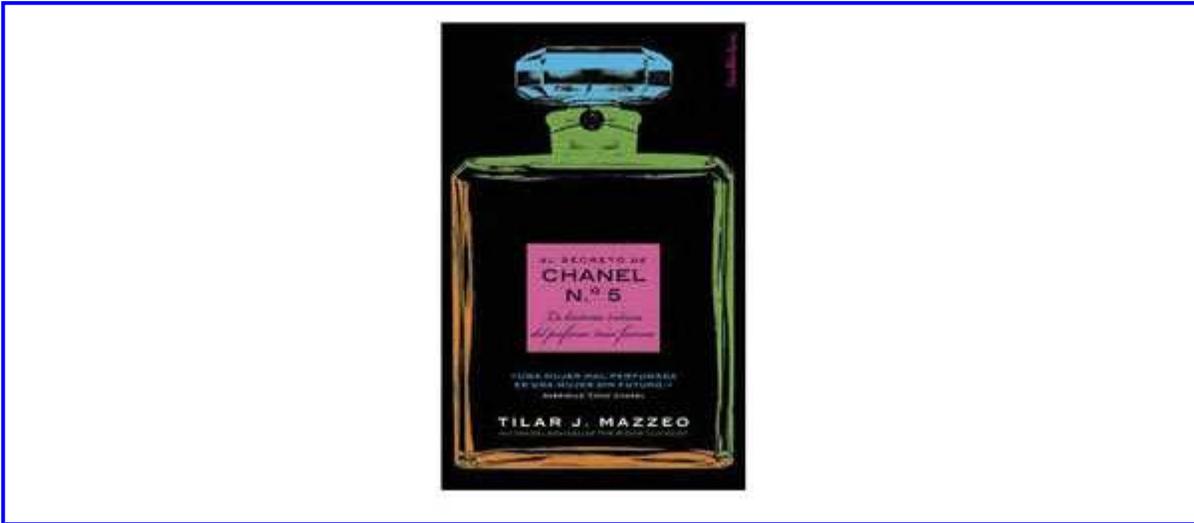
Blog

Dime cómo hueles y te diré quién eres

Publicado el 23 Enero 2012 [Blog Sin comentarios](#)



Lo más misterioso, lo más humano, lo más íntimo, es el olor. Y esto lo sabía muy bien Gabrielle Coco Chanel. Quizás al principio no dimensionó como su vehemencia y dedicación por darle vida a una idea, “a una esencia”, sería capaz de entrelazar maravillosa e irremediabilmente distintos ingredientes de la historia del siglo XX, que finalmente cobrarían vida hasta el día hoy, cuando la botella de esta sofisticada fragancia es destapada y pequeñas gotas de este sensual perfume son rociadas en la piel de una mujer.



“Número

Cinco...esto es lo que estaba esperando...Un perfume como ningún otro. Un perfume de mujer con olor a mujer”...diría más tarde...Gabrielle en una entrevista. Sin embargo, la contextualización y decodificación de la leyenda de esta fragancia, es la que Tilar J. Mazzeo, autora del bestseller *The Widow Clicquot* profundiza a través de las doscientas cincuenta y cinco páginas que tiene esta entretenida novela, quien con un relato ágil y preciso nos cuenta acerca de la solitaria y difícil infancia que vivió Coco Chanel, en un convento de la campiña francesa, de su anhelo por hacerse un nombre entre la clase más respetada y aristocrática de París, de su incansable deseo por crear un perfume y de los múltiples factores que se “confabularon” para desarrollar entre los cientos de miles de olores posibles del mundo, una composición que fuera capaz de evolucionar con elegancia y belleza en el tiempo. ¿Y Cuál era la idea original de este mágico perfume? Simplemente “un aroma ligero, que evocara piel cálida y pelo recién lavado”.

Sin embargo, cuidado. La historia de una mujer se cuenta también a través de una fragancia. Distinto es el perfume de una cortesana y el de una buena chica. Por tanto, la sensualidad femenina se “anuncia” con la elección de un perfume.

Es por ello que la autora, además se sumerge investigando no sólo en la vida de Coco, sino que también en el contexto histórico y social, desvelando la sinergia de las distintas variables y disciplinas (tales como marketing y publicidad) que hicieron en definitiva que nos sintiésemos atraídos con tanta fuerza a comprar cada treinta segundos como promedio, una botella del perfume más famoso del mundo en algún lugar de la tierra, hasta alcanzar la cifra de ventas de 100 millones de dólares al año.

“Chanel N°5 combina algunos de los aromas más lujosos y tradicionales de la perfumería, fragancias como la rosa, el jazmín, el ylang – ylang y el sándalo. Sin embargo, el secreto de Chanel N°5 estaba en aquellos aldehídos...los aldehídos huelen a muchas cosas a cera caliente, cerillas quemadas, a jabón graso a pomada cítrica, olor de la nieve en polvo... el problema con los aldehídos es que son efímeros, se apagan y finalmente desaparecen...pero desatan complicadas reacciones en el sistema nervioso....Es así como la nariz experimenta las sensaciones de caliente y frío, dolor y placer...y la satisfacción olfativa, al igual que con las burbujas de champán, estallan los sentidos”.

Recomiendo a ojos cerrados esta novela durante estas vacaciones, ya que “encantará” por su frescura tanto a hombres como mujeres. Es fascinante la explicación que realiza la autora y el límite que va estableciendo entre la realidad y ficción. Además nos introduce al “quinto sentido del olfato” y como los seres humanos en general, pese al derroche de olores que la naturaleza nos ofrece y regala, nos sentimos sólo atraídos por una fracción mínima, es más nos perfumamos con un número de aromas extraordinariamente reducido y siempre los mismos. ¿Por qué? “porque en elaboración de los perfumes

hay una relación muy clara entre el perfume y el olor íntimo de cada cuerpo cuerpo”.

Libro: El secreto de Chanel N° 5

Autor: Tilar J. Mazzeo

Editorial: Urano

N° páginas: 255

Precio: \$14.875.-

Comparte esta noticia

| [Ver más redes sociales](#)