

A COBIÇA É VERDE

Como a Chanel fez de um frasco de esmalte um produto exclusivo

GABRIELLA SANDOVAL

No mundo da moda, produtos exclusivos são produtos caros. Ou assim foi até agora. Um pequeno frasco de esmalte mudou essa equação. Trata-se do verde Jade, da Chanel — apresentado na temporada de desfiles de outono-inverno de Paris, ele brilhou tanto quanto as roupas na passarela. Bastaram quarenta minutos para que o esmalte sumisse das prateleiras no dia de seu lançamento e se tornasse item de colecionador. Ele, que custava apenas 16 libras (46 reais) quando foi lançado, em setembro, agora é leiloadado em sites como o eBay por até 100 dólares. O vidro, esgotado no mundo todo, já chegou a ser vendido em Londres, nesse mesmo leilão, por 84 libras, ou 241 reais. Não é exatamente um item barato, mas perto de outros objetos de desejo das mulheres, como bolsas e sapatos que custam milhares de dólares, é uma pechincha. É a primeira vez que um frasco de esmalte ganha aura de exclusividade. A cor verde-clarinha criada por Pe-

ter Philips, diretor de maquiagem da Chanel, nem chegou a ser vista nas lojas brasileiras. O esmalte não foi lançado no país — foram poucas as consumidoras que tiveram a sorte de encontrá-lo no exterior.

Assim como bolsas ou bijuterias, os esmaltes são atualmente considerados acessórios de moda. Muitas vezes expressam melhor um determinado estilo do que a própria roupa. As grandes grifes de luxo hoje mantêm linhas próprias de esmalte, como havia muito já faziam com perfumes e maquiagem. Nenhuma tem explorado tão bem esse produto quanto a Chanel. Nos três últimos anos, ela conseguiu transformar cores apresentadas em seus desfiles em hits. Foi assim com o Blue Satin, o azul metálico lançado em

2008 que fez sucesso em mãos célebres, e com seu antecessor, o Black Satin, de 2007. Nenhum dos dois lançamentos, no entanto, chegou perto do fenômeno Jade — ainda que a estratégia de marketing, na essência, tenha sido sempre a mesma: tornar os frascos quase inacessíveis. O esmalte Jade foi lançado em um desfile, mas demorou seis meses para chegar às lojas. Estima-se que a produção tenha ficado na casa mirrada das centenas — para satisfazer a consumidoras do mundo todo, que a essa altura já tinham entrado na frequência do "não posso viver sem isso". A campanha de marketing foi estrelada pela cantora pop Lily Allen, o que acentuou o caráter ousado-chique da nova cor. As celebridades se encarregaram do resto: a atriz Drew Barrymore pisou no tapete vermelho do Festival de Cinema de Toronto com um vestido Alexander McQueen e

UNHAS COLORIDAS
Adriane Galisteu, Drew Barrymore e Rihanna: as celebridades ajudam a disseminar as novas cores



EDIÇÃO LIMITADA A apresentação do verde Jade, em Paris: em quarenta minutos, o esmalte sumiu do mercado



AS MULHERES E SUAS UNHAS

Década de 30 — Anúncios em revistas sugerem a combinação de boca e unhas da mesma cor. Surgem as primeiras sandálias: pés à mostra com unhas pintadas. **Marlene Dietrich**, estrela da época, exibia unhas pintadas de vermelho com pontas em garra



Décadas de 40 e 50 — O rosa pálido e o rosa avermelhado são as cores dos anos 40, marcados pelo pós-guerra, e dos moralmente rígidos anos 50. Meninas quase não usam esmalte — no máximo, aplicam uma camada discreta de base sobre a unha

Décadas de 60 e 70 — A corrida espacial dos anos 60 teve reflexos na moda — entre eles, a adoção do asséptico esmalte branco pelas jovens. As cores fortes e vibrantes voltam na década seguinte — e as unhas se tornam longuíssimas nos anos da discoteca

Décadas de 80 e 90 — As unhas compridas, multicoloridas — e até mesmo decoradas — dos anos 80 dão lugar ao minimalismo nos 90: unhas bem aparadas, muitas vezes só com base ou tons bem clarinhos. No fim dessa década, surge o estilo gótico, com suas unhas pretas

Anos 2000 — O esmalte é valorizado como um acessório marcante de moda, assim como um sapato ou uma bolsa. “Hoje as pessoas trocam de esmalte como trocam de roupa”, diz a historiadora Patricia Sant’Anna

Fontes: Erica Pagano, diretora de marketing da Colorama; Mitsuko Shitara, professora de história da moda da Faculdade Santa Marcelina; e Carmen Lucia Luiz, manicure do salão MG Hair, em São Paulo

unhas verdes. A cantora Rihanna apareceu com a mesma cor, em Londres. Claudia Leite, Luciana Gimenez e Adriane Galisteu exibiram aqui suas unhas com a cor cobiçada.

As vendas de esmaltes crescem ano a ano: elas aumentaram 14% de janeiro a outubro deste ano em relação a 2008. Foram 138,5 milhões de frasquinhos vendidos nesse período no Brasil. Já virou mania entre as apaixonadas por novas cores pedir e trazer esmaltes das viagens ao exterior. “Na última vez que fui a Nova York trouxe quarenta vidrinhos na bagagem”, diz a empresária Luciana Godoy, de 35 anos. A disputa pelo verde Jade fez aumentar a procura pelos blogs na internet criados para falar sobre as unhas. São dezenas de fóruns que discutem as melhores receitas para chegar o mais próximo possível do tom da Chanel. Um deles, o Esmalte no Pé, recebe cerca de 700 acessos por dia — a maioria dos comentários diz respeito à miscelânea de cores para atingir o verde único. (Quer uma das receitas do jade genérico? Uma camada fina de verde menta e três camadas do bege nice, ambos da Risqué.)

“Quem ainda não testou a cor tenta chegar a ela de todo jeito”, diz a psicóloga Mara Pusch, autora do blog. Duas vezes por ano, ela promove um sorteio de esmaltes da Chanel (não, ela não tem o Jade...). Quando isso acontece, seu blog atinge o pico de 1 000 visitas num único dia. Aqui, um esmalte Chanel não sai por menos de 92 reais — quase cinquenta vezes o preço das marcas nacionais. “Como o esmalte acaba sendo o item mais em conta da marca, essa é uma forma de ter algo de grife a um custo acessível”, diz a fashionista



CAROL FARIQUE/REDA

LOUCA POR ESMALTE

A empresária Luciana Godoy muda a cor das unhas no mínimo três vezes por semana: “A escolha depende do meu estado de espírito”

e colecionadora de esmaltes Julia Petit.

O esmalte fascina as mulheres — e os homens — desde a Antigüidade. As egípcias já se preocupavam com a estética das unhas em 3500 a.C. e usavam tinta de hena para colorir-las. Na China, os primeiros registros de unhas pintadas são de 3000 a.C. Certas cores têm um simbolismo bem marcado. “O vermelho, por exemplo, é uma cor ligada à sexualidade”, diz Mara Pusch. “É muito usada por mulheres em fase de mudança na vida. No meu blog, uma senhora comentou que pintou os pés de vermelho pela primeira vez aos 70 anos, depois de se separar do marido.” Outras vêm e vão com a moda. Depois do verde inacessível da Chanel, uma nova gama de azuis sobressai. Os tons vão do azul-bebê ao royal opaco. Há ainda um outro lançamento recente da Chanel, o Particulière, um cinza apresentado em outubro na coleção primavera-verão. Ele só chega ao Brasil no primeiro trimestre do ano que vem. •

O AZUL É O NOVO VERDE

Tons de azul que vão do bebê ao royal e o novo cinza da Chanel são as novidades da estação



FOTOS: CARLOS ZAMBURINI/REDA; ALEN INALA/REDA