

Jocul cu mărgenele de sticlă

Piese de „costume jewelry“ au apărut timid și fără glorie, ca accesoriu convenabilă pentru creațiile marilor couturieri interbelici. Câteva decenii mai târziu, se bat în luptă dreaptă cu haute-joaillerie pentru un loc în cutia ta de bijuterii. Ce contează mai mult: diamantele sau designul?

de Diana-Florina Cosmin

KENNETH JAY LANE

B

unicile noastre le numea duios „gablonțuri” și le scoteau în lume pentru a ține locul bijuteriilor de familie, ale căror perle sau safire părăseau sertărășele închise cu cheia numai la ocazii speciale. Cum evenimentele de seamă erau doar câteva într-o viață, eternele mărgele sau brățări fanteziste rămâneau accesoriile de nădejde pentru atragerea complimentelor - sau a invidiilor – de zi cu zi. Încă de la începutul anilor '30, aceste piese de „costume jewelry” (pe mult mai elegantul lor nume oficial) și-au înndeplinit fără crâncnire rolul precis pentru care au fost născosite: să completeze, fără pretenții de prețiozitate sau de etichetă, ținutele elaborate ale designerilor interbelici (de unde și particula „costume“ din titulatură).

Pentru că sticla, perlele artificiale, pietrele sintetice sau rășinile puse laolaltă în modele pline de fantezie arătau strălucitor și prețios fără mari costuri, designerii au început să le acorde, în timp, roluri mai consistente decât cele de accesoriu de unică folosință. Multe piese de „costume jewelry” s-au transformat de-a lungul vremii în obiectele cele mai spectaculoase ale unei colecții de designer, acelea în jurul cărora ajunge să se învârtă tot restul poveștii.

Ca dovadă a impactului pe care gablonțurile l-au avut asupra fenomenului modă stau și expozițiile organizate de muzeu sau galerii de artă celebre, care analizează emanciparea femeii de-a lungul secolelor prin prisma creșterii factorului „wow” al bijuteriilor purtate. Cel mai recent eveniment a fost găzduit chiar de către galeriile Forbes din New York, sub titulatura „Femeia vintage: un secol de Costume Jewelry în America” și a avut și o componentă indirectă de business. Exponatele, de la coliere Elsa Schiaparelli la broșe scliptoare marca Kenneth Jay Lane, spuneau, indirect, povestea marii crize din America (perioada de glorie a „Costume Jewelry”), când bijutierii erau forțați nu doar de modă ci și de vîrregia circumstanțelor să improvizeze, înlocuind pietrele prețioase cu sticla și aurul cu metale topite.

Chiar dacă America celebrează „costume jewelry”, Europa i-a creat faima, responsabilită fiind mai ales Paul Poiret și Coco Chanel. Ca să respectăm adevarul istoric, Poiret a fost primul, doar că marketingul genial al lui Coco l-a transformat în echivalentul lui Macedonski pentru Eminescu și al lui Salieri pentru Mozart: eternul personaj secundar. Pentru că bijuteriile lui erau replici ieftine

KENNETH JAY LANE A REALIZAT ȘI VERSUNII ALE COLIERELOR PURTATE DE JACQUELINE KENNEDY ONASSIS

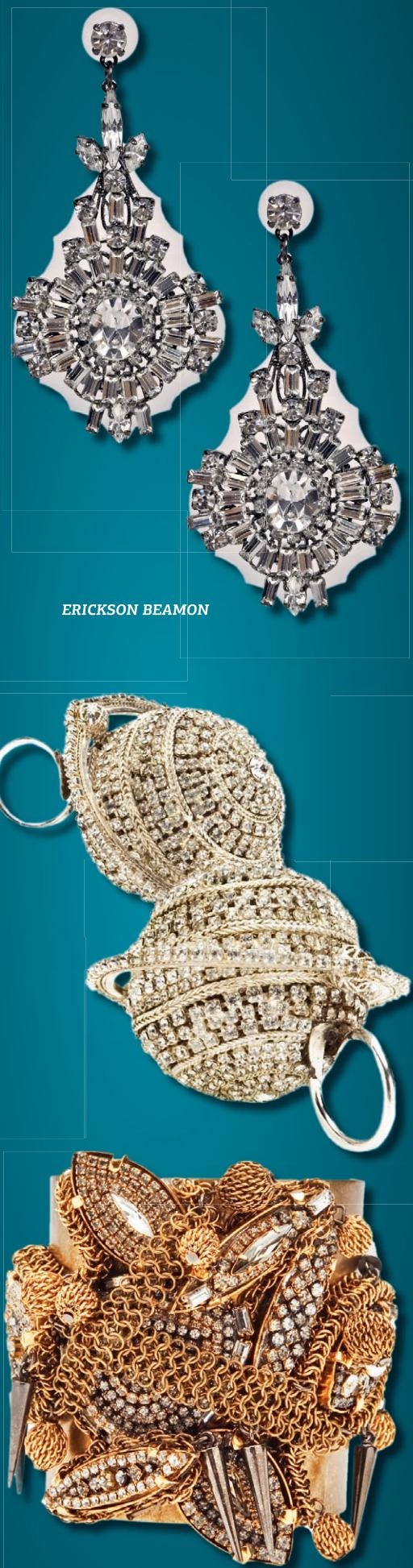


CHRISTIAN DIOR



KENNETH JAY LANE





ERICKSON BEAMON

PIESELE DE COSTUME JEWELRY SE INSPIRĂ DIN STRÂLCIREA FILMELOR DE HOLLYWOOD

ale colierelor făcute de artizanii celebri ai vremii, Chanel a preluat conceptul și l-a dus cu un pas înainte, schimbându-i scopul și clientela. Astfel, crucile încrustate cu pietre colorate, camelile decorate cu diamante artificiale sau broșele din sticlă venetiană multicoloră au început, grație designului lui Mademoiselle, să fie râvnite de către aceleași femei care aveau în casetele de bijuterii și diamantele, safirele sau perlele adevărate. Se știe chiar că domnișoara Chanel avea obiceiul să desfacă în bucăți bijuterile scumpe oferite îndăr de Boy Capel, ducele Dimitri sau ducele de Westminster și să folosească rubinele, safirele sau diamantele pentru creațiile sale de „costume jewelry”, amestecându-le printre bucățile de sticlă, pietre sintetice sau diamante artificiale. Doar ca să păstreze misterul și granița subțire dintre veritabil și fals. Luată la întrebări de prietenii contrariați de o asemenea nebunie, Coco mărturisea, mai în glumă, mai în serios: „Îmi place să mă joc un pic cu mințile oamenilor”. Ceea ce continuă să facă, până în zilele noastre, Karl Lagerfeld și restul marilor designeri.

Punctele forte ale „costume jewelry” nu au legătură doar cu purtarea unei piese-spectacol fără stresul miielor de euro investite în ea, ci și cu libertatea de creație a designerilor. Colecții ieșite din comun, amuzante sau socante se creează și se vând mult mai ușor fără povara caratelor și a pietrelor scumpe. Au dovedit-o casele Dior sau Chanel prin colecțiile-capsulă realizate special pentru anumite țări sau lanțuri de magazine și vândute instantaneu. Una dintre cele mai iubite rămâne seria Chanel de bijuterii inspirate de Marea Britanie, comercializată exclusiv în magazinele Selfridges din Londra, în vara lui 2008. Printre piesele de rezistență create de Lagerfeld: o broșă din email în formă de Beefeater, cercei în formă de autobuze doubledecker, din email roșu și alb, sau coliere cu simbolul Chanel în culorile steagului Marii Britanii. Nicio piesă nu a costat mai puțin de 300 sute de lire sterline pentru că, în ciuda statutului lor de surogat pentru bijuterile veritabile, piesele „costume jewelry” semnate de marii case rivalizează ca preț cu multe podoabe din aur, argint sau pietre prețioase, dar lipsite de o etichetă celebră. Spre exemplu, un colier Erickson Beamon din metal aurit, cu perle și cristale artificiale, costă pe net-a-porter.com nu mai puțin de 1.200 de euro, sumă cu care ți-ai putea cumpăra cel puțin două piese din aur veritabil. Tot pe celebrul site de lux, nicio creație a lui Kenneth Jay Lane, un alt brand faimos, cu 60 de ani vechime în domeniul bijuteriilor gablonț, nu scade sub 100 de euro.



„Femeia vintage: un secol de Costume Jewelry în America“ la galeriile Forbes din New York

Pentru că există întotdeauna și comentarii dușmănoase, cei care strâmbă din nas în fața unor impresionante coliere Chanel sau Dior confectionate din perle artificiale și sticlă colorată îmi amintesc inevitabil de revoltele similare stârnite de gențile din piele sintetică și materiale reciclate ale ecologistei Stella McCartney. Întrebarea rămâne legitimă: oricât de inedit ar fi designul, chiar merită câteva mii de euro un colier din mărgele de plastic sau o geantă dintr-un material suspect de asemănător cu PVC-ul? Răspunsul poate fi incomod pentru cei care apreciază valoarea unui obiect de marcă strict contabilicește, însumând finețea materialelor, calitatea aței folosite sau strălucirea și puritatea pietrelor. Asta pentru că tocmai „Costume jewelry“ este cel mai bun exemplu punctual pentru ceea ce moda a reușit să facă, în timp, cu mințile și buzunarele noastre: ne-a convins că nu cumpărăm o sumă de componente mai mult sau mai puțin prețioase, ci un design special, o atitudine cool, o stare de spirit „altfel“.

Bătălia dintre „fake“ și „veritabil“ este, în esență, cea dintre formă și fond, doar că în modă forma câștigă aproape întotdeauna. De cele mai multe ori, nu contează neapărat câte carate porți la gât, ci faptul că toate privirile se lipesc, admirativ, de colierul din sticlă colorată și forme studiat-anapoda care îți completează ținuta. Poate și de asta, ori de câte ori îmbrac o micuță rochie neagră și îmi pun cerceii în formă de double-decker sau un buchet de șiraguri din mărgele de sticlă colorată, îmi vine să zâmbesc. Mademoiselle ar fi mândră. ■



KENNETH JAY LANE

