

L'important c'est... la robe

De ce o rochie de seară poate spune mai multe despre sufletul unei femei decât un roman-fluviu. Și, mai ales, cum a știut moda să exploateze acest lucru.

de Diana-Florina Cosmin

What's in a name?", îl întreabă Julieta pe tragicul ei Romeo, în capodopera shakespeareană care le poartă numele. „Un trandafir, orice nume i-ai da, va mirosi la fel de frumos”. Corect, dar nu universal valabil, mai ales dacă raportăm parabola Julietei și la rochii. O creație cu etichetă „Oscar de la Renta”, „Christian Dior” sau „Chanel” va fi mereu o sursă mai mare de inspirație și dorință decât o creație cvasianonimă, nu doar prin prisma numelui, ci mai ales a istoriei și a poveștilor cu care o învăluie automat pe posesoare. Și, oricât de straniu ar părea, când am intrat în holurile „Victoria&Albert Museum” din Londra pentru expoziția temporară „Rochii de seară: strălucire britanică din anii '50 până în prezent”, exact această replică shakespeareană mi-a venit fără să vreau în minte. „What's in a dress?”. Ce e așa de fascinant-magnetic la rochiile de seară încât creatorii lor să reușească să ne păstreze în mrejele lor de secole întregi?

Deși nu e bine să cauți vina în exterior, după vizita la Victoria&Albert meteahna adorabilă a cochetăriei îmi pare mai scuzabilă ca oricând, fiind cu adevărat veche de când lumea și vanitatea la un loc. În 1953 spre exemplu, presa londoneză consemna cu îngrijorare cum Norman Hartnell, cel mai faimos couturier britanic al vremii, fusese spitalizat pe motiv de epuizare, în urma valului de solicitări primite din partea aristocrației britanice pentru rochii de seară pentru ceremonia de încoronare a Reginei Elisabeta a II-a (Hartnell a semnat însăși rochia Reginei).

Dintre toate popoarele, britanicii chiar au deplina autoritate morală de a pune cap la cap o asemenea expoziție de rochii: într-o țară în care totul se învârtte de secole în jurul calendarului regal, evenimentele care să solicite creații elegante, romantice și cât mai spectaculoase sunt practic nelimitate. Și, indiferent de secol, punctul de plecare rămâne același: rochia trebuie să fie atât de rafinată și originală încât să atragă toate privirile asupra posesoarei ca asupra unei apariții aterizate dintr-o altă lume. Altfel spus, indiferent dacă oamenii prezenți sunt aceiași care te văd de zece ori într-o săptămână și te cunosc de-o viață-ntreagă, încă îți mai dorești ca intrarea ta într-o încăpere să stârnească exclamații de uimire. Aici intervenind, de fapt, factorul „rochie”.

Sârguința fashionistelor a născut, de multe ori, situații extreme, caracterizate prin ilaritate: istoria consemnează cum prin anii '50 o doamnă din înalta societate britanică a trimis tuturor



personajelor de gen feminin din anturajul ei o invitație la petrecere pe care titra „Dress bewitchingly” („Fiți vrăjitoare”), îndemnându-le astfel să facă un efort pentru a arăta cât mai elegant. Din păcate pentru ele, elanul vestimentar exacerbât le-a făcut pe foarte multe doamne din epocă să interpreteze codul de conduită mot-a-mot, venind îmbrăcate ca... vrăjitoare.

Un lucru este cert: rochia de seară îndeplinește automat și rolul de costum de scenă, rămânând, indiferent de sezon, un „stat în stat” în universul modei: indiferent dacă se poartă catifeaua sau mătasea, lung sau scurt, dacă stilul rock sau cel baroc reprezintă cerința absolută a perioadei, rochiile de seară rămân creații-spectacol. Se schimbă culori și

detalii, niciodată show-ul pe care fiecare femeie îl pune în scenă pentru a se simți, pentru o seară, nu neapărat cea mai frumoasă femeie din lume, dar măcar cea mai frumoasă dintr-o încăpere.

Având în vedere miza atât de ridicată, curatorii expoziției de la Victoria&Albert mi-au părut deosebit de curajoși aducând laolaltă creații dintre cele mai variate, într-un mix bine-dozat de stiluri, materiale și abordări ale rochiei de seară ca piesă de

În anii '50, o doamnă din aristocrația britanică a trimis o invitație cu îndemnul stilistic „Fiți vrăjitoare!”. O parte dintre participante au interpretat invitația mot-a-mot, venind costumate ca... vrăjitoare.

rezistență în garderoba feminină. Toate au un numitor comun: au fost create în ultimii 50 de ani, în ateliere din Londra, de către designeri care, indiferent de originea lor, se inspiră și lucrează de ani de zile în Marea Britanie.

Astfel, avem de-a face cu creații emblematice Vivienne Westwood și Alexander McQueen, puse în rând cu mult mai tinerele (și cătuși de puțin britanicele) Mary



Deși sunt de naționalități diferite, toți designerii expuși la Victoria&Albert își au de ani de zile atelierele în Londra.

PESTE 60 DE ȚINUTE AU FOST EXPUSE ÎN GALERIILE DE MODĂ ALE VICTORIA&ALBERT MUSEUM DIN LONDRA.



Creatie Worth of
London, casă de
modă închisă în 1967



Creatie a
designerului
canadian
Erdem
Moralioglu



Rochiile de seară sunt un „stat în stat” în lumea modei. Se schimbă culori și detalii, niciodată spectacolul pe care fiecare femeie îl pune în scenă pentru a se simți, pentru o seară, nu neapărat cea mai frumoasă din lume, dar măcar cea mai frumoasă dintr-o anumită încăpere.

Katrantzou sau Atsuko Kudo. Dacă Katrantzou a înrobit lumea întreagă cu rochiile imprimate digital, japoneza Kudo are ca specialitate rochiile elegante din... latex, un material cunoscut mai degrabă ca materie primă pentru accesorii erotice decât pentru creații elegante potrivite balurilor aristocrației britanice. Creația lui Kudo selectată pentru expoziție - o rochie de seară din latex beige cu imprimeu de dantelă - reușește să păcălească privirile și de la depărtare să se confunde îndeajuns de mult cu mătasea. Totuși, ambiția creatoarei merge chiar mai departe de încăperile muzeului V&A. „Într-o zi mi-ar plăcea s-o văd pe Regină purtând una dintre creațiile mele din latex”, afirmă ea. „Ceva șic și strălucitor”. Cu toată bunăvoința curatorilor expoziției și cu toată pasiunea pentru culori a cochetei Regine Elisabeta a II-a, mă îndoiesc sincer că voi trăi să văd realizarea ambiției micuței japoneze. Deși, nu se știe niciodată...

Deloc întâmplător, Hardy Amies spunea că „disciplina cea mai bună de care are nevoie un designer este un client înzestrat cu bun-gust”. În vremea balurilor de odinioară, femeile se adresau couturierilor cu solicitarea de a li se crea câte o rochie care să se potrivească unei anumite bijuterii scumpe sau unei ocazii speciale, foarte multe piese din expoziție fiind, astfel, rezultatul colaborării constante dintre o anumită personalitate și couturierul preferat al epocii sale. Ca dovadă, printre piesele de rezistență ale expoziției se numără rochia albă Catherine Walker decorată integral



Creăție
Alexander McQueen



Creăție Catherine Walker
pentru vizita lui Lady Di
în Japonia, în 1989

EXPOZIȚIA A MARCAT **REDESCHIDEREA** GALERIILOR DE MODĂ DE LA **Y&A** DUPĂ O RENOVARE RADICALĂ.

cu câteva mii de perle (simbol al Orientului), pe care a purtat-o Lady Di în timpul vizitei în Japonia sau rochia Vivienne Westwood în stil rococo-rock (cu straturile de tulle franjurate cu foarfeca pentru a da impresia de neglijență studiată), creată pentru Lady Bianca Job-Tyoran cu ocazia Queen Charlotte Ball, în 1994.

În expoziție se mai află, ca piesă de rezistență, și superba rochie realizată de Elizabeth Emanuel pentru Elizabeth Hurley, purtată în legendara reclamă la parfumul casei Estée Lauder din 1999, „Pleasures”. Tot Emanuel a realizat, în 1981, rochia de mireasă a Diane Spencer la nunta cu Prințul Charles, creația expusă la „Victoria & Albert” împrumutând același gen de fustă, extrem de amplă și princiară. Deși pare o creație dintr-o singură bucată, frumoasa rochie „Pleasures” se compune, de fapt, dintr-un corset, o fustă voluminoasă și o trenă detașabilă. Deosebit de originală este și o creație Cindy Beadman din satin de mătase, datată la sfârșitul anilor '70, care seamănă cu o... plapumă cu trandafirai roșii. Pe poale, rochia are brodată o poveste. „I took the rose and to his great surprise it did not turn to ashes...” am citit pe una dintre laturi. Continuarea... pe faldul următor. Și, parafrazând o melodie franceză a lui Gilbert Beaud - „L'important c'est la rose” - importantă este întotdeauna „la robe”. Nimic nu este prea mult, de dragul spectacolului și al poveștii.

Totuși, nici măcar romantismul unei astfel de expoziții nu poate învinge pragmatismul și corectitudinea politică. N-am putut să nu observ cum lumea modei

nu uită cu niciun prilej să taxeze ieșirea stupidă a lui John Galliano, care l-a costat conducerea artistică a Dior și, ironic, chiar și hăturile propriului său brand, „John Galliano”. Dacă în nota explicativă a fiecărei rochii se făcea invariabil precizarea „Oferit de către designer pentru această expoziție”, în cazul unei creații John Galliano, plăcuța titra, pentru prima oară, altfel: „Oferit de către casa de modă pentru această expoziție”. E oficial: Galliano a murit ca designer, transformându-se într-o entitate abstractă, semn că moda mai și iartă, dar de uitat sigur nu uită niciodată. Are mai multe nuanțe decât gama Pantone și poate interpreta totul după subtilități abia descifrabile cu lupa. Poate și de aceea găsește, de secole, atât de multe în comun cu sufletele noastre. ■