

Aurélie Godefroy

**ACȚIONEAZĂ ȘI
GÂNDEȘTE PRECUM
COCO CHANEL**

Șic, avangardistă, inovatoare,
feministă, curajoasă, strălucitoare...

Traducere: Oana Ilinca Moldoveanu



NICULESCU

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

GODEFROY, AURÉLIE

Acționează și gândește precum Coco Chanel : Șic, avangardistă, inovatoare, feministă, curajoasă, strălucitoare... / Aurélie Godefroy ; trad.: Oana Ilinca Moldoveanu - București : Editura NICULESCU, 2022

Conține bibliografie

ISBN 978-606-38-0650-6

I. Moldoveanu, Oana Ilinca. (trad.)

159.9

© Les Éditions de l'Opportun, 2020

Published by special arrangement with Les Éditions de l'Opportun in conjunction with their duly appointed agent 2 Seas Literary Agency and Co-Agent Livia Stoia Literary Agency.

Titlu original: *AGIR ET PENSER COMME COCO CHANEL. Chic, avant-gardiste, innovatrice, féministe, courageuse, disruptive...*, par Aurélie Godefroy

© Editura NICULESCU, 2022

Bd. Regiei 6D, 060204 – București, România

Telefon: 021 312 97 82; Fax: 021 314 88 55

E-mail: editura@niculescu.ro

Internet: www.niculescu.ro

Comenzi online: www.niculescu.ro

Comenzi e-mail: vanzari@niculescu.ro

Comenzi telefonice: 0724 505 380, 021 312 97 82

Redactor: Liliana Scarlat

Tehnoredactor: Lucian Curteanu

Adaptare copertă: Carmen Lucaci



ISBN 978-606-38-0650-6

Toate drepturile rezervate. Nicio parte a acestei cărți nu poate fi reprodusă sau transmisă sub nicio formă și prin niciun mijloc, electronic sau mecanic, inclusiv prin fotocopiere, înregistrare sau prin orice sistem de stocare și accesare a datelor, fără permisiunea Editurii NICULESCU.

Orice nerespectare a acestor prevederi conduce în mod automat la răspunderea penală față de legile naționale și internaționale privind proprietatea intelectuală.

Editura NICULESCU este partener și distribuitor oficial OXFORD UNIVERSITY PRESS în România.

E-mail: oxford@niculescu.ro; Internet: www.oxford-niculescu.ro

Cuprins

INTRODUCERE	9
CAPITOLUL 1 Coco este curajoasă.....	13
CAPITOLUL 2 Coco este o prietenă devotată.....	23
CAPITOLUL 3 Coco își urmează intuiția.....	33
CAPITOLUL 4 Coco minte.....	41
CAPITOLUL 5 Coco este ezoterică	49
CAPITOLUL 6 Coco este sportivă.....	57
CAPITOLUL 7 Coco este spontană	65
CAPITOLUL 8 Coco este o femeie de afaceri de temut.....	73
CAPITOLUL 9 Coco este mândră	83

CAPITOLUL 10 Coco este un <i>influencer avant la lettre</i>	93
CAPITOLUL 11 Coco știe să țină la distanță persoanele toxice	105
CAPITOLUL 12 Coco are încredere în sine.....	111
CAPITOLUL 13 Lui Coco îi place să citească	119
CAPITOLUL 14 Coco și-a îmbunătățit condiția socială	127
CAPITOLUL 15 Coco este o luptătoare.....	133
CAPITOLUL 16 Coco este solitară.....	141
SURSE CITATE	149
BIBLIOGRAFIE	151

CAPITOLUL 7

**Coco este
SPONTANĂ**

” *Îmi place la nebunie să fiu critică:
în ziua în care nu voi mai critica,
pentru mine viața se va fi sfârșit.*”

Coco arhitectă. La Pausa

La Pausa este singura casă construită de Coco. Este situată pe Coasta de Azur, la jumătatea drumului între Menton și Monte Carlo. Având șapte camere și oferind vedere la mare, această minunată casă de vacanță ar fi fost finanțată de ducele de Westminster și concepută de Robert Streitz. Simplă și confortabilă, a găzduit, în anii 1930, numeroși artiști și prieteni de-ai lui Coco, printre care Jean Cocteau, Picasso, Churchill, Salvador Dali sau Luchino Visconti. Creatoarea de modă (care a semnat și multe interioare) se va îngriji în mod deosebit de grădina cu măslini, rozmarin, lavandă și margarete. Pasiunea lui Coco pentru ezoterism, dar și superstițiile sale sunt prezente și aici, în diverse elemente de mobilier. Exemplul cel mai elocvent îl constituie patul din fier forjat, înțesat de constelații. Coco va vinde *La Pausa* unui agent literar, în 1953. Ulterior, casa va fi recumpărată de grupul Chanel.

Sfaturile coach-ului

Cum să mergi drept la țintă

A pune punctul pe „i” poate să fie și o modalitate de a te afirma păstrându-ți calmul. Spontaneitatea ține de cât ești de creativ. Vestea bună este că regiunea cerebrală corespunzătoare se exersează, mai ales atunci când ieși din zona personală de confort. Însă spontaneitatea presupune și renunțarea la dorința de a deține mereu controlul, eliberarea de teama de a fi judecat, fiind mai mult o atitudine decât un dar de la natură. Devino maestrul riposteii prompte, însă nu uita: spontaneitatea este arta de a duce conversația mai departe, este un schimb de idei și nu înseamnă neapărat să fii acid – precum Coco – sau să-ți exprimi amărăciunea. Concret, nu te mai gândi că trebuie să fii mai bun decât ceilalți, exersează-ți capacitatea de a face conexiuni și nu te teme să greșești!


FOCUS
Culorile lui Coco Chanel

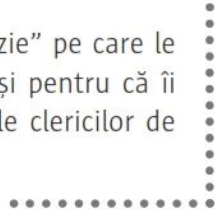
Culoarea preferată a lui Coco este negrul, pentru că evidențiază esențialul și evocă rigoarea monahală a uniformelor de la orfelinatul din Aubazine. În viziunea lui *Mademoiselle*, negrul pune în lumină strălucirea femeii. Datorită lui Chanel, negrul nu mai este asociat doar cu doliul și cu uniformele servitorilor, devenind, începând cu 1926, simbol al eleganței, prin intermediul rochiei negre. „*Am impus negrul, iar acesta continuă să domine, pentru că eclipsează tot*”, notează Coco. Folosirea culorii negre, uneori abia luminată de alb, precum și puritatea liniilor o ajută pe Coco să-și exprime viziunea riguroasă, minimalistă asupra modei.

Albul îi place deoarece captează lumina, pune în valoare chipul, exprimă ideea de frumusețe; este culoarea absolutului, a transparenței, a transcendentului... Îi amintește lui Coco de pălăriile măicuțelor din copilărie și de rochia pentru prima împărțășanie, oferită de tatăl său.

Bejul îi amintește de nuanța naturală și plăcută a pământului bătorit din Auvergne, regiunea sa natală. Este, de asemenea, culoarea plajelor de la Lido din Veneția, Deauville sau Biarritz. Pentru ea, bejul reprezintă tenul natural, chipul frumos, aerul liber, pielea mângâiată de razele soarelui...

Îi place la nebunie **auriul**, pentru că împacă autenticul și imitația: autenticul bijuteriilor pe care i le oferă ducele

de Westminster și falsul podoabelor „fantezie” pe care le desface și le remontează la nesfârșit. Dar și pentru că îi amintește de obiectele de cult și de straiile clericilor de odinioară.



CAPITOLUL 10

**Coco este
UN INFLUENCER
AVANT LA LETTRE**

” *Mi se pare regretabil
că femeile urmează moda orbește,
fără să țină seama
de propria personalitate.*”

Încă de la bun început, Coco știe foarte bine cum să-și folosească imaginea și cum să dețină controlul asupra ei.

La sosirea în capitală, nu va precupeți niciun efort pentru a se face remarcată. Iar când se află în provincie, de pildă la Deauville, profită de ocazia de a fi prinsă în flagrant delict cu iubitul său, Boy Capel, de către Sem, cel mai mare caricaturist din Belle Époque. O imagine demnă de un paparazzo, care face să se vorbească despre ea și care nu o costă nimic!

În alte circumstanțe, se înconjoară de un cerc de portrețiști. Purtându-și creațiile, va influența neîncetat modul de a se îmbrăca al femeilor, construindu-și astfel mitul. Coco Chanel era propria ei modă și viceversa. Scenografia pe care a gândit-o demonstrează în ce măsură creatoarea era întruchiparea propriei mărci.

„A inventat faimoasa postură Chanel, relaxată, șic și cu o doză de impertinență: cu un picior în față, cu șoldurile proiectate înainte, umerii destinși, cu o mână băgată adânc în buzunar, în timp ce mâna cealaltă este mereu în mișcare”, nota în 1960 redactorul de modă american Bettina Ballard, în cartea intitulată *In My Fashion*. La urma urmei, Gabrielle a reușit să elibereze corpul celorlalte femei în primul rând pentru că a alcătuit pentru ea însăși garderoba de care avea nevoie ca să-și trăiască propria viață după bunul plac. Renumele ei în universul exclusivist al cinematografului ajunge până în Statele Unite, atunci când studiourile Metro-Goldwyn-Mayer îi propun un contract

fabulos pentru a da starurilor feminine o nouă înfățișare. Greta Garbo, Marlene Dietrich și Gloria Swanson o întâmpină ca pe o regină. La peste 75 de ani, în perioada „noului val”, Coco devine idolul cinematografului francez, cucerită de modernitatea ei. Dintre toate rolurile, cel mai mult îi place să-l joace pe cel al lui Pygmalion: Gabrielle îl prezintă pe Visconti lui Renoir și pe Zeffirelli lui Vadim. Căci marea doamnă a modei are ochiul format: este prima care îl reperează pe tânărul Robert Bresson, viitor cineast avangardist. Coco îl solicită pentru a-i fotografia colecția de bijuterii cu diamante dintr-o nouă perspectivă. La fel ca în cinema, Gabrielle a inventat, a scris, a tăiat și a montat pentru a realiza filmul propriei vieți, înainte ca povestea ei să inspire, la rândul său, cineștii.

Publicul asistă la o premieră și în materie de comunicare pentru un parfum: în 1937, *Mademoiselle* Chanel pozează ea însăși, într-un apartament de la Hotelul Ritz, pentru publicația *Harper's Bazaar*. Pentru prima dată, imaginea unui parfum apare pe un ecran publicitar în timpul finalei de Super Bowl. Succesul este imediat și spectaculos.

De-a lungul întregii sale vieți, Gabrielle Chanel a ales manechine care îi semănau, nu doar fizic, ci și în ceea ce privește atitudinea. La sfârșitul anilor 1950, unul dintre ele, Marie-Hélène Arnaud, supranumită de presă *The Chanel Girl*, era de departe manechinul ei preferat. În ediția din 17 februarie 1958 a revistei *ELLE*, putem citi aceste cuvinte elocvente, adresate de creatoare dublurii sale: „*Rochiile pe care le porți trebuie să fie pe măsura vieții pe care o ai, a mașinii pe care o conduci, pe măsura muncii și a iubirilor tale...*”

Gabrielle Chanel a devenit legendă încă din timpul vieții, o legendă pe care a țesut-o ea însăși, cu grijă, de-a lungul întregii cariere. Încă din anii 1930, presa franceză și cea internațională nu ezitau să difuzeze numeroase istorisiri biografice care nu făceau decât să sporească ambiguitatea – voit întreținută – dintre viața lui Coco și fascinația pe care o exercita deja personajul pe care îl întruchipa. Coco Chanel a abordat mai multe personalități pentru a-i scrie memoriile... a renunțat însă la serviciile tuturor, nesuportând, probabil, confruntarea cu realitatea! De la dispariția ei, în 1971, multe lucrări au încercat, totuși, să facă lumină în diversele aspecte ale vieții și personalității sale, stârnind adesea dezbateri și controverse.



1957

Omul de afaceri american Stanley Marcus, proprietarul marilor magazine Naiman Marcus din Dallas, îi înmânează lui *Mademoiselle Chanel* „Oscarul pentru Modă”, în semn de apreciere pentru „creatoarea cea mai influentă a secolului XX”.

CHANEL ȘI MELANJUL GENURILOR

„Pe un câmp de curse din Sud, în 1907 sau 1908, Gabrielle Chanel, în vârstă de aproximativ 25 de ani, este o prezență șic și, totodată, sportivă: poartă un palton și o cravată bărbătească, completate de o frumoasă pălărie canotier, creație proprie. Postura ei arată că stăpânește nonșalanța tipic masculină, ce reiese din felul în care

Își ține mâinile, cufundate în buzunarele paltonului, și binoclul pe care îl poartă simplu, în bandulieră. Această ținută este un semn de îndrăzneală, într-o epocă în care dependența socială și financiară a femeilor față de bărbați se exprima, cu prilejul curselor de cai, prin rochiile la modă”, notează istoricul Caroline Evans. Într-adevăr, Chanel este foarte diferită de celelalte spectatoare, care poartă pălării bogat împodobite și haine din materiale suprapuse și drapaje care atârnă. O îmbrăcăminte care spune mult despre raportul de supunere în care se află față de bărbați (indiferent că este vorba despre soț, iubit sau tată). Coco revoluționează acest cerc restrâns și creează confuzie, hotărându-se să poarte haine masculine, împrumutând cravata iubitului său și pardesiul unui prieten. Răspuns în ecou la această formă de mascaradă socială, în care folosește codurile înaltei societăți, modificându-le, explorându-le și oferindu-și „posibilitatea de a părea să fie ceea ce nu era și, în același timp, să nu fie ceea ce părea a fi. Înainte de a fi o marcă, Chanel a fost o iubitoare de aventură”, așa cum spunea Lilou Marquand, asistenta lui Coco în ultimii săi ani de viață. Să nu ne lăsăm induși în eroare: „Important nu este că Chanel purta haine bărbătești, ci, mai degrabă, că înțelegea cât sunt de moderne și că a știut, toată viața, cum să schimbe genul fiecărei haine, reevaluând atât specificul masculinității, cât și pe cel al feminității”, subliniază Caroline Evans.