

Rachelle Bergstein

Diamante și Foc

traducere din limba engleză de
INES HRISTEA



CUPRINS

Prefață	7
1. CUMPĂRĂTORII	15
Cum au ajuns bogătașii americani să iubească diamantele	
2. CĂUTĂTORII.....	36
Cum a ajuns un englez bolnăvicios să preia conducerea industriei diamantelor	
3. ÎNDRĂGOSTIȚII	61
Cum au ajuns femeile să primească inele de logodnă cu diamante (Partea I)	
4. POZEURII	79
Cum a ajuns un singur diamant să-și vrăjească proprietarii și să fascineze America	
5. OPTIMIȘTII	
Cum a reușit industria diamantelor să depășească două războaie mondiale și Marea Depresiune.....	
6. VÂNZĂTORII	127
Cum au ajuns femeile să primească inele de logodnă cu diamante (Partea a II-a)	

7. REGINELE	147
Cum și-a câștigat Wallis Simpson diamantele	
8. STELELE	167
Cum a reușit o agenție de publicitate să aducă diamantele în prim-plan	
9. CÂȘTIGĂTORII	191
Cum a învățat Elizabeth Taylor să vorbească italiana	
10. INTRUȘII.....	209
Cum au crescut în dimensiuni diamantele	
11. INVENTATORII	231
Cum să creezi un diamant (și să provoci compania De Beers)	
12. ILUZIONIȘTII	253
Cum își păzeau magicienii trucurile	
13. MAEȘTRII.....	272
Cum au democratizat australienii diamantele	
14. SPLENDIZII.....	292
Cum au început băieții duri să poarte diamante	
15. CRITICII.....	314
Cum a reușit o criză globală să schimbe înțelesul lui „pentru totdeauna“	
16. INOVATORII	344
Cum să vinzi diamante într-o lume (mai) înțeleaptă	
Mulțumiri	374
Bibliografie selectivă.....	378

1

CUMPĂRĂTORII

Cum au ajuns bogătașii americani
să iubească diamantele

New York

În zilele întunecate de iarnă de la începutul lui februarie 1897, New Yorkul era straniu de animat. Un bal costumat, foarte șic, care urma să se țină pe data de 10 la hotelul Waldorf, captivase imaginația publicului într-o asemenea măsură, încât părea că nu mai exista nimic altceva pe lume despre care oamenii să dorească să discute. Pentru cei 1 200 de invitați, reprezentând crema înaltei societăți newyorkeze, seara respectivă era o șansă de a-și savura avantajele bogăției și de a-și întări poziția în rândul elitei americane. Pentru toți ceilalți – jurnaliștii, proprietarii de magazine și oamenii de rând –, balul Bradley-Martin era o controversă demnă de a fi dezbătută. Era vorba despre o manieră veselă de a distra atenția populației de la perioada de greutatea economice cu care se confrunta? Era

Respect p vorba despre un gest de mărinimie față de întregul oraș?

Despre un semn al răsfățului din ce în ce mai pronunțat al bogătașilor? Sau despre o abominațiune în toată regula? Săptămâni de-a rândul, în vreme ce viitorii invitați făceau vizite la croitori și-și scoteau din seifuri moștenirile de familie prăfuite, restul orașului – și lumea întreagă – aștepta ca newyorkezii cei mai de vază să coboare din trăsurile aliniate pe Fifth Avenue și să debuteze în rolul de nobilime a Americii.

Țara se lupta să scape din ghearele unei depresiuni cumplite. Dată fiind starea jalnică a națiunii, un predicator local, reverendul Dr. William Rainsford, a mers până acolo încât, la slujbele de la Biserica Episcopală St. George, și-a sfătuit enoriașii, în majoritate persoane înstărite, să nu participe la bal. Însă, în ciuda agitației iscate, gazdei petrecerii, Cornelia Bradley-Martin, nici măcar nu-i trecea prin minte să contramandeze proiectata seară, care urma să-i poarte numele. Era o femeie obișnuită să organizeze evenimente de societate. În ultimii ani își mai pusese amprenta pe două astfel de sindrofii, care avuseseră un succes uriaș: în 1880, o cină pentru trei sute de persoane la Delmonico's, urmată de un cotilion, și, cinci ani mai târziu, un bal în toată regula, pus în scenă la reședința familiei, care fusese atât de bine primit, încât se spunea că rivalizase cu petrecerile date de clanul Vanderbilt. Da, doamna Bradley-Martin înțelegea că balul acesta era diferit. Lista de invitați era enormă, iar locul de desfășurare era New Yorkul, un oraș în care „panica” se declanșase în 1893 și șomajul era încă la cote atât de ridicate, încât foștii muncitori erau acum reduși la o stare de sărăcie lucie, fiind obligați să cerșească și să stea la cozile pentru pâine. Până și cei mai bogați dintre cetățeni fuseseră nevoiți să strângă cureaua. Dar tocmai asta era motivul

pentru care organiza balul! De ce nu pricepea asta și reverendul Cum-Îl-Chema?

Ideea îi venise cu aproape un an înainte, în timpul micului dejun luat în dubla reședință de pe strada West Twentieth, de la numerele 20 și 22. Stând cu ziarul întins în față, simțise că i se făcea rău de la atâtea articole care relatau necazurile nesfârșite ale săracilor. Nici nu mai putuse să mănânce. Și, brusc, îi venise ideea: avea să dea un bal! Și nu orice fel de bal – cel mai mare și mai luxos eveniment de acest fel din istoria orașului, o sindrofie atât de apetisant de exagerată, încât până și cei mai schimnici și mai zgârciți membri ai societății aveau să se simtă îndemnați să participe. O petrecere costumată! În felul ăsta, invitații aveau să fie obligați să viziteze modiste, croitorese, peruchieri și bijutieri, și nu să apeleze la cine știe ce rochie de mult uitată în fundul șifonierului, pe care s-o dea drept nouă. În asta consta genialitatea planului – doamna Bradley-Martin voia ca newyorkezii să meargă la cumpărături. Criza economică severă nu dădea semne de împlânzire, or asta era modalitatea prin care ea putea să stimuleze piața: o cină, un dans și dolari care să treacă dintr-o mână în alta grație doamnei Cornelia Bradley-Martin.

Soțul ei i-a aprobat planul, așa că femeia s-a pus imediat pe treabă: a închiriat hotelul Waldorf, aflat la intersecția dintre Fifth Avenue și strada Thirty-Third, cu toate că, de obicei, balurile se dădeau în reședințele ample ale gazdelor. A ales și o temă: curtea regelui Ludovic al XIV-lea. Asta avea să-i flateze pe invitați, care, în absența unei case regale americane, se considerau a fi cei mai potriviți înlocuitori. În privința meniului, Bradley-Martin a colaborat cu excentricul și mult-adoratul bucătar de la Waldorf, Oscar; a angajat floriști care să inunde hotelul cu trandafiri, clematite și orhidee; viziunea ei era să transforme

marea sală de bal în Salonul Oglinzilor de la Versailles. Balul Bradley-Martin avea să fie o petrecere demnă de familiile Vanderbilt, Havemeyer, Stuyvesant și Astor, vechea gardă a elitei americane. Astfel, sute de mii de dolari aveau să fie distribuiți către furnizori de alimente, artizani și chelneri, persoane care suferiseră prea mult din cauza perioadei de restriște. Seara friguroasă a zilei de 10 februarie 1897 avea să intre în istorie.

Sau, cel puțin, avea să reprezinte o scuză pentru ca doamna Cornelia Bradley-Martin să-și poarte diamantele.

*

Epoca de Aur a fost era baronului hoț umflat în pene și a mondenei lui soții, o perioadă în care s-a dat startul unei vaste întreprinderi afaceristice, care avea să schimbe pentru totdeauna peisajul american: construcția unei căi ferate care să traverseze întreaga țară. Pe de altă parte, a fost și un moment istoric definit de o gravă instabilitate: panica din 1893, pe care voia s-o mai îndulcească doamna Bradley-Martin, fusese indusă parțial tocmai de faptul că rețelele de căi ferate erau construite într-un ritm mult prea alert, care nu permitea recuperarea cheltuielilor. Astfel se ajunsese la falimente, șomaj și o stare de sărăcie extinsă printre cei care, cu mândrie, pusese cap la cap șinele de cale ferată, crezând că asta avea să le asigure traiul. În Manhattan, care abia de curând depășise Bostonul și Philadelphia în calitate de centru al comerțului american, cei mai mari profitori și cei mai mari perdanți ai epocii trăiau unii lângă ceilalți, pe fâșia de pământ de douăzeci și doi de kilometri a insulei. Prăzile învingătorilor nu puteau să fie mai ostentative: conace, trăsuri, obiecte de artă, blănuri, argint, aur și, desigur, diamante.

Bogații considerau diamantele ca fiind o bună investiție, însă pietrele acestea strălucitoare erau prețuite, în primul rând, pentru șarmul lor, mult mai fascinant. De curând, în 1897, fusese descoperită o nouă sursă de diamante în Africa de Sud, însă, vreme de sute de ani, ele fuseseră de găsit doar în câteva locuri exotice și îndepărtate. Dintre acestea, cele mai prolifiche erau India și Brazilia, acolo unde pietrele în stare brută stăteau ascunse în albiile râurilor și erau valorificate în diverse orașe din toată lumea, specializate în comerțul cu diamante – cel mai cunoscut fiind Golconda, din India. Pentru că diamantele erau relativ rare și se găseau în regiuni ale globului în care occidentalii tipici nu călătoreau, ele aveau prețuri prohibitiv de mari și de aceea erau preferate de fețele regale și de aristocrații care și le puteau permite.

Pentru bogații americani, faptul că aceste nestemate erau asociate în mod strâns cu regalitatea europeană nu făcea decât să întărească seducția lor naturală. La începutul secolului, puțini bărbați purtau diamante, astfel că responsabilitatea – și plăcerea – de a reflecta în mod fizic gradul de influență al cuplului îi revenea femeii. O sarcină fascinantă; în piatra aceasta sclipitoare, parvenita americană își vedea oglindită moștenirea care amintea de marile prințese și regine din istoria lumii. Factorul acesta era deosebit de tentant pentru o femeie precum Cornelia Bradley-Martin, care, în ciuda averii familiei, resimțea o stare de nesiguranță în ceea ce privea locul său în cadrul elitei newyorkeze.

Cornelia era departe de a fi vreo regină: încheiase o căsătorie modestă, cu un bărbat din Albany, New York, care o zărise la nunta unei prietene, acolo unde Cornelia, o blondă cu obraji îmbujorați, jucase rolul domnișoarei de onoare. Ca tineri căsătoriți, cei doi se mutaseră împreună

cu părinții ei. Abia după decesul tatălui, un fost comerciant despre care se zvonea că avea bani, dar că trăia frugal, Cornelia și soțul ei, Bradley, au putut să-și împlinească adevăratele ambiții sociale. Spre uimirea lor, tatăl Corneliei strânsese peste 5 milioane de dolari, pe care îi lăsase moștenire, aproape în totalitate, fiicei.

Datorită acestui cadou neașteptat, cuplul a purces într-o excursie prelungită prin Europa, acolo unde Cornelia Martin, spre amuzamentul prietenelor de stirpe ceva mai nobilă, a decis să-și extindă numele de familie, scris cu liniuță, în stilul promovat de aristocrații englezi. Iar diamantele reprezentau pașaportul către o pătură socială mai înaltă. Din mai multe puncte de vedere, aceste pietre prețioase făceau legătura dintre bogătașii americani și cultura mai veche și mai bine înrădăcinată de peste Ocean. Diamantele de cea mai bună calitate se găseau de mult în Europa, în orașe la modă, ca Parisul, acolo unde aveau magazine toți bijuterii de marcă precum Cartier, Vever și Boucheron. Femei asemenea Arabellei Huntington – văduva magnatului căilor ferate Collis Huntington, născută în condiții umile, dar, după preluarea averii soțului, posesoarea unei averi estimate la 70 de milioane de dolari (aproape 1,9 miliarde de dolari în prezent) – își luaseră obiceiul de a merge în Place Vendôme și pe Rue de la Paix ca să-și achiziționeze haine, obiecte de artă și bijuterii. Experiența cumpărăturilor făcute acolo era la fel de luxoasă ca și mărfurile în sine. Să te oprești să mângâi pisica lui Wladimir, proprietarul buticului Boucheron, să faci conversație *en français* cu un angajat linguișitor, în vreme ce omul scria cu mare grijă chitanța – iată bucuriile care le deosebeau pe doamnele sofisticate de femeile de rând. În februarie 1902, ziarul *Los Angeles Times* a publicat un articol în care relata întoarcerea în țară a lui Huntington și trecerea ei prin vamă,

acolo unde doamna a declarat cumpărături în valoare de 75 000 de dolari (aproximativ 2 milioane de dolari în 2014); cea mai ridicată sumă din istoria portului New York. Asemenea Corneliei Bradley-Martin, Arabella se simțea rușinată de copilăria ei săracă și considera că merita să plătească taxa de vamă de 60% ca să poată purta cele mai la modă haine și bijuterii.

New Yorkul se mândrea cu propriul district al bijuteriilor, care se afla oarecum retras, în apropierea portului, pe o stradă nu foarte lungă, numită Maiden Lane – el însă nu putea să rivalizeze cu splendoarea Parisului. Chiar și în aceste condiții însă, un bijutier local se străduia din răsufteri să le ofere clienților o experiență de cumpărături stilată și inimitabilă. Tiffany & Young și-a deschis ușile pe Broadway, la numărul 259, în dimineața zilei de 18 septembrie 1837. Firma era proprietatea a doi prieteni care se cunoșteau încă din școală – o legătură întărită ulterior prin căsătoria lui Charles Lewis Tiffany cu Harriet, sora lui John Burnett Young – și a pornit la drum cu un „magazin cu produse șic”, care oferea o selecție restrânsă de bijuterii, fiind specializat pe produse din hârtie și diverse curiozități: mici răsfături cu stil, precum umbrele, bastoane de plimbare, vase de porțelan, obiecte de decor chinezești și evantaie. În prima zi de lucru, magazinul a avut încasări de numai 4,98 dolari (119 dolari azi). Tiffany și Young au început să-și pună întrebări în legătură cu amplasarea magazinului – era riscant să te poziționezi atât de departe de Maiden Lane –, însă prezența lui Alexander Turney (A.T.) Stewart, care își avea magazinul la doar două uși distanță și urma să devină cel mai mare comerciant de bunuri în sistem vrac din țară, le-a îndepărtat temerile.

Așa cum era de așteptat, afacerea a prins să crească încetul cu încetul și, înaintea sărbătorilor de iarnă, cifrele