

“COCO CHANEL” (2008): TRAJETÓRIA, MODA E ESTILO NA TELEVISÃO

“COCO CHANEL” (2008): TRAJECTORY, FASHION AND STYLE ON TELEVISION

Luis Fernando Lisboa 1
Mariele Góes 2

Resumo: Este artigo examina de que modo as trajetórias de vida são narradas no audiovisual. Para tanto, tomando como base as considerações sobre biografias de Bourdieu (1998) e Pena (2004), o texto envereda sobre as obras que abordam a história de vida de Gabrielle Bonheur Chanel (1889-1971), utilizando como exemplo principal a minissérie Coco Chanel (2008), exibida pelo canal Lifetime. Esta narrativa de ficção seriada é tensionada com filmes e documentários sobre a estilista, visando descobrir recorrências no modo de construir essa trajetória. A pesquisa indica que as biografias midiáticas têm como objetivo contar a vida de agentes consagrados em campos de ação, reafirmando valores tradicionalmente associados àqueles personagens. Assim, são comuns convergências sobre que sempre se ressalta e o que nunca se fala nessas narrativas biográficas. As obras audiovisuais divergem em determinados aspectos, enfatizando recortes a partir da poética de cada uma delas, em aspectos como roteiro e direção.

Palavras-chave: biografias. audiovisual. ficção. minissérie. campo.

Abstract: This article examines how life trajectories are narrated in the audiovisual. To do so, based on the considerations on biographies of Bourdieu (1998) and Pena (2004), the text focuses on the works that address the life story of Gabrielle Bonheur Chanel (1889-1971), using the miniseries Coco Chanel (2008), shown by the Lifetime channel, as the main example. This serial fiction narrative is tensioned with films and documentaries about the stylist, aiming to discover recurrences in the way of building this trajectory. The research indicates that the media biographies aim to tell the lives of consecrated agents in fields, reaffirming values traditionally associated with those characters. Thus, convergences are common about what is always emphasized and what is never said in these biographical narratives. The audiovisual works diverge in certain aspects, emphasizing clippings from the poetics of one of them, in aspects such as script and direction.

Keywords: biographies. audio-visual. fiction. miniseries. field.

Mestre pelo Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em 1
Cultura e Sociedade (Pós-Cultura) da Universidade Federal da Bahia (UFBA),
graduado em comunicação social com habilitação em jornalismo pela
Faculdade de Comunicação (FACOM) da UFBA. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6566740491044062>. E-mail: luisflisboa@gmail.com

Graduada em comunicação social com habilitação em jornalismo 2
pela FACOM-UFBA, especialista em cozinha francesa pela École Ferrandi Paris
(França) e tecnóloga em gastronomia pela Universidade Anhembi-Morumbi
(São Paulo). E-mail: marielegoes@gmail.com

Introdução

A questão central deste artigo está voltada para a ideia de “trajetórias de vida”. Especificamente, aquelas que são narradas nos meios de comunicação. Somada a isso está a estreita relação entre o fenômeno moda e o campo do audiovisual, seja na criação de séries, filmes e clipes musicais, e no modo como personagens da moda são pautados nas plataformas midiáticas. Portanto, os pilares teóricos e metodológicos deste estudo são: moda, audiovisual e trajetórias de vida.

Já que “a moda entrou na moda” (PALOMINO, 2002, p. 8) para não mais sair, este trabalho examina, a partir da trajetória da estilista Coco Chanel (1883-1971), como histórias de vida de expressivos nomes da moda são contadas por meios de comunicação. Busca-se a relação entre diversos produtos midiáticos que reconstituem tais trajetórias, apontando recorrências na dramatização de estas vidas e possíveis silêncios na memória coletiva sobre essas figuras.

A vida de Gabrielle Bonheur Chanel foi escolhida por conta da relevância da estilista na história da moda. Tida como uma das 100 personalidades mais influentes do século XX pela revista *Time* (2005)¹ - a única representante da moda a fazer parte da lista -, foi incluída nas “25 mulheres mais poderosas” do século passado pela mesma publicação. Em recente iniciativa, que ressalta a importância feminina na história, esta revista atribuiu a Coco Chanel o título de “Mulher do Ano”, de 1924².

Mademoiselle Chanel, como também era citada, é uma das figuras mais lembradas da moda. Esta afirmação é ilustrada pela grande quantidade de obras dedicadas à sua trajetória de vida, como filmes, séries, documentários, exposições, biografias, romances, espetáculos teatrais e até mesmo musicais.

Aqui, o mote principal da análise é a reconstrução da vida da estilista na minissérie *Coco Chanel*³, do canal Lifetime, exibida em 2008. A intenção é, na verdade, colocá-la em tensão com os outros produtos que se propuseram a pautar a vida da costureira, sejam narrativas de ficção ou não. Essa minissérie foi escolhida por ser uma das únicas criações ficcionais que narram a história de um estilista na televisão. Até o ano de 2008, Chanel era a única agente da moda a protagonizar um programa de cunho biográfico e ficcional.

Esta minissérie integra o ano das comemorações do 125º aniversário de Chanel e dos 100 anos de fundação da *Maison*. Além disso, marca trinta anos após a última vez em que ela foi retratada pelo universo ficcional televisivo numa obra dedicada à sua vida, em um dos episódios da série *Une femme, une époque* (1978)⁴.

É preciso também destacar que a Chanel é uma marca que segue como uma das mais poderosas do universo de luxo contemporâneo e de difusão de estilos de vida nos seus produtos, inclusive no famoso perfume *Chanel N° 5*. Ou seja, retratar a trajetória de vida de Coco Chanel implica em (re) construir, no horizonte de expectativas do público, a imagem que terão sobre uma marca, e sobre um conceito que está por trás dela, já que se trata da sua criadora.

As leituras e referências bibliográficas apontam para uma cumplicidade entre o campo da história e a biografia. Até a metade do século XX, a biografia era tida como apenas um gênero literário que narrava o percurso de vida de um indivíduo. Apesar de se fazer presente como uma das mais antigas formas de se fazer história, muitas vezes não existia um comprometimento na exatidão das informações e, sim, com o efeito literário, tornando os discursos impregnados de ficção.

A partir dos anos 1970 e 80, a história biográfica deixa de ser rejeitada e vista como não-ciência, passando a ter papel mais importante. Segundo Del Priore (2009, p.9), “o fenecimento

1 “A revista *Time* publicou na edição com data de capa de 18/4/2005 (vol. 165, nº 16) a sua lista das 100 pessoas mais influentes do século 20. Ali estão relacionados políticos, artistas, inventores, cientistas e celebridades várias. [...] A lista começou a ser elaborada a partir de um simpósio ocorrido no Kennedy Center, em Washington D.C., em fevereiro de 1998, que reuniu o então âncora da CBS Dan Rather, a historiadora Doris Kearns Goodwin, o ex-governador de Nova York Mario Cuomo, Condoleezza Rice, o publisher Irving Kristol e Walter Isaacson, diretor da *Time*” (OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, 2012).

2 “100 Women of the year. 1924: Coco Chanel”. Disponível em <<https://time.com/5792683/coco-chanel-100-women-of-the-year/>>. Acessado em 25 out. 2020.

3 Ver em <http://www.imdb.com/title/tt1094661/>

4 Disponível em <http://www.imdb.com/title/tt1084619/>

das análises marxistas e deterministas, que engessam por décadas a produção historiográfica, permitiu dar espaço aos atores e suas contingências novamente”. A História passa então a se interessar menos pelas estruturas e mais pelos indivíduos, suas motivações e condutas.

O modo moderno de viver o tempo conferiu ao mundo contemporâneo o que Pena (2004), fazendo referência a Martín-Barbero (2000), define como um momento de “boom de memória”, onde antigos modos de vida e experiências sociais são celebrados. O mundo contemporâneo está habitado por consumidores de história. Para essas pessoas, “o discurso histórico não difere muito do literário” (DEL PRIORE, 2009, p. 14).

O interesse pelas biografias também se dá pela organização interna: elas se estruturam para dar a impressão de que formam uma narrativa estável, obedecendo a uma cronologia, o que Pierre Bourdieu (1998) chama de ‘ilusão biográfica’. De acordo com o autor, “produzir uma história de vida, tratar a vida como uma história, isto é, como um relato coerente de uma sequência de acontecimentos com significado e direção, conforma-se como uma ilusão retórica, uma representação comum da existência”.

Pensando as biografias e histórias de vida na sua relação com os *media*, Pena escreve que “a espetacularização da vida toma o lugar das tradicionais formas de entretenimento” (2004). Para ele, até os telejornais passaram a ser pautados pelo biográfico, fazendo com que a vida seja como o espetáculo em cartaz. Para além da visão do autor, o grande interesse pela série de produtos biográficos produzidos pela mídia chama atenção para outro ponto: a partir de intimidades, biografias destacam agentes relevantes em campos específicos.

Quando os protagonistas são devidamente situados em seus grupos e contextos sociais, esses materiais narram mais do que um caminho de vida pessoal: apontam e reiteram a importância dessas figuras. É o que Bourdieu chama de ‘trajetória social’. “A biografia à la Bourdieu independe do indivíduo, está ligada ao conceito de agente operando em um campo de forças, muitas vezes sem atinar para o sentido real de sua ação, em um conjunto mais vasto de caminhos possíveis à sua geração” (MONTAGNER, 2007, p. 255)

Desse modo, cada biografia ajuda a evidenciar o lugar ocupado pelos biografados em um campo de ação, passando a assumir um propósito que vai além da curiosidade histórica, preenchimento de lacunas criadas pela pós-modernidade ou do interesse pela vida comum transformada em espetáculo. Os produtos biográficos ratificam postos de alto capital simbólico em instâncias específicas.

Assim como a política, música, literatura, teatro ou cinema, a moda tem suas personalidades marcantes no campo. Nomes como Paul Poiret (com sua costura que libertou a mulher do espartilho) e Christian Dior (e o “New Look”, após a Segunda Guerra Mundial) são embrados pela atuação histórica ou contribuição fundamental. Assim, os estilistas personificam a imagem das marcas.

Por isso, “deve-se” reviver as imagens desses “ícones do estilo”. Além de marcar a relevância na moda, criando peças ou modelagens, também é preciso dar fôlego às marcas que levam seus nomes e seguem como conglomerados de luxo. Um documentário que trate sobre Dior não narra só a vida daquele que devolveu às mulheres o que acreditava ser feminilidade, mas também dialoga com a aura envolvida na poderosa marca.

Busca-se fazer um mapeamento e breve apresentação dos produtos que tematizam Coco Chanel e os detalhes da sua história: séries, filmes, livros e documentários. O intuito é apontar possíveis hiatos deixados pelas narrativas, e recorrências na forma de se esboçar publicamente esta imagem.

Consolidada hoje como um dos maiores e mais influentes mercados do mundo, a moda está presente na rotina contemporânea de maneira relevante. Ela pode ser vista como “um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, que integra o simples uso das roupas no dia a dia a um contexto maior, político, social, sociológico” (PALOMINO, 2010, p. 14).

Apesar da sua forte presença diária, ao se falar de moda ainda é comum perceber uma confusão entre sua definição como simples indumentária e como um conceito. Portanto, neste texto, ela é vista como fenômeno e que “assim como outras instâncias da vida, é uma construção cultural, histórica, localizável no tempo e no espaço” (CIDREIRA, 2005, p.41). Para Lipovetsky (2009), moda é dinâmica que se estende em várias esferas culturais, e extrapola o

vestuário.

A moda é um elemento frequente em filmes, séries e *reality shows*. Abordando ou não o assunto de forma direta, às vezes usando a moda como um pano de fundo, esses produtos reafirmam a importância do fenômeno e o interesse do público geral pelo. A indústria fílmica, por exemplo, desenvolve estreita relação com a moda, seja como cenário para o desenrolar de tramas ou com estilistas criando figurinos, como Givenchy e Audrey Hepburn, ou Gaultier e Almodóvar.

As marcas já criam comerciais publicitários e apresentam coleções como vídeos ou curtas. Com as estratégias audiovisuais, elas sabem que “dimensões do jogo, do lúdico, do sonho e da sensação passam a ser enfatizadas nos produtos muito mais que suas qualidades objetivas” (CAMARA, 2010, p. 26).

Alguns produtos televisivos também não escapam da moda, mesmo que a temática não seja o foco. A série *Sex and The City*⁵ não tinha a moda como objeto da trama, mas o universo perpassa a vida das personagens. Patricia Field, mesma figurinista de *O Diabo Veste Prada* (2006), lançou tendências e colocou estilistas no centro.

Com os veículos de comunicação cruzando a moda, estilistas são celebrizados. Tais figuras personificam o ideal que envolve as grifes em que comandam a criação.

Sendo assim, o que possibilita essa promoção social dos estilistas é o lugar ocupado por eles no campo da moda e suas contribuições para a criação de novas experiências no ato de vestir. Essas expressões midiáticas podem ser vistas como ratificação do prestígio de estilistas, por agentes de fora do campo. “O poder do “criador” nada mais é do que a capacidade de mobilizar a energia simbólica produzida pelo conjunto dos agentes comprometidos com o funcionamento do campo [...]” (BOURDIEU, 2001, p. 45).

Existe um mercado de clientes consolidado que, mesmo sabendo que Chanel está morta, quer continuar comprando peças que tenham a assinatura, o estilo Chanel. Os empresários demandam quem as vendas devem seguir em alta, embora com coleções conectadas com novas tendências.

Metodologia

Apesar da espetacularização da vida comum ser um fenômeno atual, presente em meios de comunicação de massa, e que tem re-moldado até o modo de se fazer jornalismo, as biografias vão além disso. Neste contexto, a moda está inserida no grande volume de biografias produzidos pela mídia: ícones da moda também são alvo de tramas principais. Registros midiáticos, que tornam públicas discussões pertinentes ao campo, ratificam lugares de importância. As narrativas apresentam, por exemplo, de onde vêm as inspirações, quais os primeiros contatos com a moda, e qual o lugar que eles, ou suas marcas, ocupam no cenário.

É produzindo a raridade do produtor que o campo de produção simbólico produz a raridade do produto: o poder mágico do “criador” é o capital de autoridade associado a uma posição que não poderá agir se não for mobilizado por uma pessoa autorizada, ou melhor ainda, se não for identificado com uma pessoa e seu carisma, além de ser garantido por uma assinatura. (BOURDIEU, 2001, p. 38).

No cinema e televisão, não faltam exemplos de produtos que narram trajetórias dos criadores de modas, como os documentários *Christian Dior, O Homem Por Trás do Mito* (2005), dirigido por Philippe Lafranchi; *Valentino: The Last Emperor* (2009), de Matt Tyrnauer; e *O louco amor de Yves Saint Laurent* (2010), de Pierre Thoretton.

A proposta de estudo das trajetórias, articulada por Pierre Bourdieu, é pertinente para análise do campo da moda por permitir, ao contrário das biografias tradicionais, percorrer a série de posições ocupadas pelo criador, em momentos distintos do campo, enfatizando a “transferência do valor simbólico” (impossibilidade de separar as dimensões materiais e simbólicas

5 *Sex and The City*, criado por Darren Star e Karey Kirkpatrick. 1998-2004, HBO.

dos objetos culturais). De modo latente, o produto manifesta o valor social dessa trajetória.

O estudo da trajetória desses profissionais pode representar uma possibilidade de reconstrução daqueles determinantes sociais que foram, ao longo do tempo, capazes de moldarem suas experiências individuais e de conferirem ao campo da moda um relevo particular. (BERGAMO, 2007, p. 36).

Os nomes dos estilistas encarnam os ideais por trás de marcas e suas peças de roupas, perfumes ou acessórios. Os consumidores são instigados a comprar os produtos de tal marca, não só pelo talento do criador, seja ele seu fundador ou substituto, mas também pela forma com que eles e suas trajetórias são construídos midiaticamente. A vida deles também passa a envolver o produto que é comprado.

Ao se falar em personagens da moda, o nome da francesa Coco Chanel, é um dos primeiros à mente. A estilista é célebre dentro e fora do campo. É responsável por mudanças no vestuário feminino no início do século XX, como o vestido preto básico e o *tailleur* Chanel. Também é a criadora da marca Chanel, que 100 anos após a sua fundação permanece uma das mais influentes da moda, assim como o primeiro perfume lançado por ela, em 1920, o Nº 5.

De infância pobre e juventude movimentada, a história de Chanel é narrada de muitas maneiras em diversos produtos midiáticos - ficcionais ou não. Portanto, a partir da perspectiva de Bourdieu (1998, 2001), olhar para a trajetória de Chanel significa não só reconstituir cronologicamente aspectos da sua vida, mas também compreender quais caminhos escolhidos, oportunidades surgidas, potencial criativo e relações que estabeleceu no percurso. O contexto em que Chanel vivia, além dos pares do campo àquela época, integram um sistema relacional.

Sem entrar em uma análise sistemática das relações entre *habitus* e campo, é preciso lembrar que as disposições ligadas a uma trajetória passada (*habitus*) que levam os agentes em direção à sua posição e que eles trazem desta posição, os predispõem a importar, para as estratégias engendradas pelas oposições internas, determinados interesses e intenções que lhes são mais ou menos irreduzíveis: tudo contribui para sugerir que os que introduzem uma ruptura marcante em um campo relativamente autônomo (ou seja, no campo da moda, Dior, Chanel ou Courrèges) que, na aparência, corresponderia a uma mudança externa [...] definem-se por uma trajetória atípica, portanto, por uma relação específica entre esta trajetória (e o *habitus* correlativo) e sua posição que os predispõe a sentir, pressentir e exprimir uma demanda social ainda à procura de seu modo de expressão legítimo. (BOURDIEU, 2001, p. 57).

Chanel impõe um novo paradigma à vestimenta de luxo, onde detalhes são valorizados em detrimento de extravagâncias. “Democratização da moda não significa uniformização ou igualação do parecer; novos signos mais sutis e mais nuançados, especialmente de *griffes*, de cortes de tecidos, continuaram a assegurar as funções de distância social” (LIPOVETSKY, 2009, p. 87).

As criações e os fundamentos em que elas se baseiam - prezando pelo conforto, a mobilidade, a elegância sutil e liberdade do corpo feminino - ainda que revitalizadas a cada coleção -, são referências. “O privilégio dos costureiros de maior prestígio – por exemplo, Chanel – consiste em fazer parar, durante um momento, o tempo da moda, forma suprema de distinção” (BOURDIEU, 2001, p. 29). Assim, Chanel marcou seu lugar de relevância não apenas na história da moda, mas também na história social, conquistando uma importância mais ampla.

A antiguidade não é o princípio exclusivo das hierarquias: cada “geração” está dominada por um costureiro (Chanel, Dior,

Courrèges, etc.), aquele mesmo que, como se diz, marcou época ao introduzir na história relativamente autônoma da moda, a ruptura iniciadora de um novo estilo (BOURDIEU, 2001, p. 22).

Simmel (1998) se debruça sobre a problemática do estilo: para ele, uma rosa estilizada, por exemplo, deve representar, frente à realidade individual de uma rosa, o geral de todas as rosas, o tipo rosa. Trata-se de “un principio de generalidad que se mezcla con el principio de individualidad, que lo desplaza o que lo suplanta, se desarrollan los diferentes aspectos del estilo como una realidad psicológica y artística” (p. 321). O estilo, para ele, é a tentativa estética de solucionar o grande problema da vida: como uma obra ou comportamento únicos, constituindo uma totalidade, encerrada em si mesma, pode pertencer ao mesmo tempo a uma totalidade superior, um contexto unificador amplo.

Ele aponta, nessa perspectiva, a diferença de princípio entre as artes aplicadas e as belas artes: destinado a integrar-se à vida, a essência do objeto das artes aplicadas está na sua propagação, já que é a expressão quantitativa de sua utilidade, servindo a um objetivo específico e que muitas pessoas têm em comum. Pelo contrário, no caso das belas artes, a singularidade é um dos elementos centrais. A obra de arte está encerrada em si mesma, constituindo um mundo próprio, além de rejeitar qualquer participação a serviço dos movimentos da vida prática.

Coco Chanel foi a primeira mulher a ter relevância na criação de moda, enquanto sistema articulado. Suas roupas materializam um novo modo de viver no século XX. Chanel personifica um ideal de mulher moderna e independente. Criação e criador fundem-se. Nas palavras dela: “Eis porque eu nasci, porque eu durei, eis porque a alfaiataria que eu usava em 1913 ainda é portátil em 1946, porque as novas condições sociais ainda são aquelas que eu levava. Eis porque a *Rue Cambon* foi durante trinta anos o centro do gosto. Eu descobri a honestidade e, a meu ver, eu tornei o mundo honesto” (MORAND, 2009, p. 65).

Resultados

Uma das primeiras iniciativas de reconstituição dramática da trajetória de vida de Coco Chanel aconteceu no final de 1969, quando a estilista foi enredo de um musical na Broadway chamado *Coco*⁶. O espetáculo dirigido por Michael Benthall trouxe Katharine Hepburn interpretando a personagem principal.

Desde a década de 1980 já se constata produtos documentais que têm como temática central a vida e estilo de Coco Chanel. Exemplo disso é *Chanel Chanel* (1988), documentário assinado por Eila Hershon e Roberto Guerra. Já o documentário *Reputations – Chanel: A private life* foi exibido pela primeira vez no dia 24 de julho de 1995, pelo canal BBC Four

Em 2001, Gilles Nadeu buscou os motivos que fizeram de Chanel um mito no documentário *Gabrielle Chanel, uma estilista imortal* (2001). Já *Signé Chanel – The Haute Couture Collection* (2005), produzido pelo canal francês Arte, passeia pelos bastidores da grife. Enquanto isso, o doc N° 5, *Un Parfum D’Éternité* (2011), de Laura e Alexandre Fronty, debruça-se sobre o Chanel N° 5.

Partindo para as manifestações ficcionais do audiovisual, Chanel é um dos nomes da moda mais retratados. Depois que morreu, em 1971, a primeira iniciativa da ficção audiovisual a narrar sua vida foi um dos episódios da série televisiva *Une femme, une époque* (1978). Personalidades como Josephine Baker, Marilyn Monroe, Anna Pavlova e Virginia Woolf também foram narradas.

Três anos mais tarde, completando dez anos de morte de Chanel, ela volta ao mundo ficcional. Dessa vez, no cinema: o filme *Chanel, a solidão de uma mulher* (*Chanel Solitaire*, 1981) estreia com direção de George Kaczender e com Marie-France Pisier no papel principal. O roteiro do longa foi baseado na biografia homônima (1971), de Claude Delay. O filme foi

⁶ Trechos da apresentação deste espetáculo no Tony Awards, realizado no ano de 1970 estão disponíveis em <http://www.youtube.com/watch?v=Oi-79tAQHEo>. Acessado em 25 out. 2020.

adaptado para a tevê.

Em 2008, ano em que Chanel completaria 125 anos, foi ao ar pelo canal americano Lifetime, a série *Coco Chanel*. Dividida em dois episódios e dirigida pelo canadense Christian Duguay, a produção é uma parceria entre França, Inglaterra e Itália. Esta obra insere-se num contexto maior. Entre os anos 2008 e 2010, aconteceram outras iniciativas do audiovisual para rememorar Chanel.

Em 2009, estreou *Coco antes de Chanel* (2009) com Audrey Tatou. Dirigido por Anne Fontaine, o roteiro foi adaptado pela dupla Anne e Camille Fontaine, com colaboração de Christopher Hampton e Jacques Fieschi, a partir do livro *L'Irrégulière ou Mon Itinéraire Chanel* (1974), de Edmonde Charles-Roux. No mesmo ano, outro longa: *Coco Chanel & Igor Stravinsky* (2009). Baseado no romance *Coco & Igor*, de Chris Greenhalgh, o filme é de Jan Kounen, com Anna Mouglais e Mads Mikkelsen.

É importante lembrar que a Chanel, fundada em 1910, completou o seu 100º aniversário em 2010, fazendo com que a marca iniciasse diversas ações comemorativas. Neste mesmo período, foram lançadas novas biografias sobre ela: *O segredo do Chanel Nº 5: A História Íntima do Perfume Mais Famoso do Mundo* (2010), de Tilar J. Mazzeo; *Coco Chanel: An Intimate Life* (2011), de Lisa Chaney; além de *Dormindo com o inimigo: A guerra secreta de Coco Chanel* (2011), do escritor Hal Vaughan. Vale destacar que há um sem número de biografias que dedicam seus enredos à vida de Gabrielle Chanel.

A intenção aqui é a minissérie *Coco Chanel* (2008) como norteadora do processo de análise. Tendo em vista apresentar as recorrências ao se abordar a imagem de Chanel, a metodologia de análise da série seguirá um único eixo: apontar aquilo que há de comum entre os produtos, gerando como resultado o que sempre se diz e o que nunca se fala sobre a história de vida da francesa. No entanto, em nenhum momento, o texto buscará “erros” em modos de narrar. Esta pesquisa não acredita que há um modelo correto para construir a trajetória de um dado personagem, já que são audiovisuais feitos por profissionais que exercem sua liberdade criativa.

A preocupação, na verdade, é pensar de que modo essas recorrências criam sentidos para a construção biográfica do que é narrado e difundido sobre uma figura de relevância para o campo da moda. “Não é possível afirmar, simplesmente, que “não ocorreu assim...”. [...] É mais importante [questionar]: o que significam?” (BARTRA; MRAZ, 2005, p. 74).

Apresentação da minissérie

Coco Chanel (2008) foi planejada como filme televisivo com duração de 139 minutos. Acabou exibida como minissérie de dois capítulos. Minisséries, diferentes dos seriados, tem que ter a sua história desenvolvida em poucos e planejados episódios. Os arcos narrativos respeitam um intervalo de tempo determinado: muitas tramas secundárias ou terciárias são pouco vistas nestas obras fechadas, ou seja, já gravadas quando vão ao ar. De modo geral, minisséries, são utilizadas para adaptar obras literárias ou narrar histórias reais (FURQUIM, 2011).

A minissérie é uma narrativa dramática desenvolvida para ser transmitida em um número limitado de episódios. Se a distinção é mantida entre “série” (descrevendo um número auto-suficiente de episódios) e “seriado” (um grupo de episódios interligados), então o termo “mini-série” é um equívoco reconhecido, já que a maioria do material de difusão apresentado no gênero é, de fato, produzida em forma de série⁷ (MONTGOMERIE, 1997).

⁷ Tradução nossa: “A miniseries is a narrative drama designed to be broadcast in a limited number of episodes. If the distinction is maintained between “series” (describing a group of self-contained episodes) and “serial” (a group of interconnected episodes), the term “miniseries” is an acknowledged misnomer, for the majority of broadcast

No entanto, deve-se saber que “a minissérie também pode ser vista como um telefilme extenso dividido em episódios” (MONTGOMERIE, 1997)⁸. E aqui se insere o produto *Coco Chanel* (2008). “Atualmente várias minisséries são produzidas por ano, mas a maioria se mantém no nível de telefilme de longa duração (2 a 4 episódios)” (FURQUIM, 2011). Britânicos e americanos compreendem a produção de uma minissérie como um filme de longa duração. La relación entre las series de televisión y los telefilmes ha sido muy estrecha desde los años setenta, tanto a nivel temático como industrial. (VIRINO, 2006, p. 180).

Ainda que dividida em dois episódios, a trama se desenvolve telelogicamente na série, com desfecho nos momentos finais. Segundo Machado (2000), existem diversas explicações para que a televisão adote a serialização.

Para muitos, a televisão muito mais do que os meios anteriores funciona segundo um modelo industrial e adota como estratégia produtiva as mesmas prerrogativas da produção em série que já vigoram em outras esferas industriais, sobretudo na indústria automobilística (MACHADO, 2000, p. 86).

A primeira exibição de *Coco Chanel* (2008) aconteceu em rede nacional americana, em 13 de setembro de 2008⁹, pelo canal Lifetime. Depois, a série foi exibida na Itália em 5 de outubro de 2008; na Suíça - região francófona - em 1 de novembro de 2008; na Bélgica em 13 de dezembro de 2008; na França em 29 de dezembro de 2008; e no ano seguinte na Espanha, Holanda, Japão e Finlândia. A obra foi exibida no Brasil 17 de janeiro de 2010, no GNT.

A série recebeu duas indicações ao Emmy 2009 nas categorias melhor atriz em minissérie ou filme e melhor minissérie ou filme para TV, e uma ao Globo de Ouro 2009 (melhor atriz em minissérie ou filme para TV).

Lifetime Television é um canal de TV fechada que exhibe, prioritariamente, séries, filmes e outras dramaturgias voltadas para o “público feminino”. Entre programas mais populares do canal, estão a exibição de consagradas séries como *Desperate Housewives*¹⁰ e *Grey's Anatomy*¹¹. Também exhibe programas como *Project Runway*, *America's SuperNanny* e *Dance Moms*.

Já o GNT é um canal por assinatura brasileiro que surgiu em 1991 com o nome de Globosat News Television. Inicialmente transmitia apenas notícias, mas em 2003, após uma reformulação, o canal mudou de projeto, passando a se chamar GNT e direcionando a sua transmissão para o “universo feminino”. A exibição nacional da série coincidiu com o início da São Paulo Fashion Week, maior evento de moda do Brasil e o principal da América Latina.

A minissérie sobre Chanel, filmada nos estúdios Cinecittà, na Itália, foi produzida pelas produtoras Lux Vide, Pampa Production, Alchemy Television, France 2 (FR2) e Radiotelevisione Italiana (RAI). A Lux Vide, fundada em 1992, é uma produtora italiana especializada em ficções televisivas, e ficou conhecida pelo ‘Progetto Bibbia’ (1994-2002), com séries ficcionais sobre personagens da Bíblia. A Pampa Production é francesa, especializada em produtos televisivos. A Alchemy Television é uma companhia inglesa com poucos trabalhos. Já o France 2 é um canal público francês, parte do grupo estatal France Télévisions, participou de *Coco Antes de Chanel* (2009). A Radiotelevisione Italiana é empresa estatal de rádio e televisão.

O responsável pela direção de *Coco Chanel* (2008) foi o canadense Christian Duguay. Apesar de ser reconhecido por dirigir filmes de ação, como *Screamers* (1995) e *The Art of War* (2000), ele tem experiência com minisséries televisivas, principalmente de cunho biográfico. Em 2003, ganhou o Emmy de melhor direção pela série *Hitler - A Ascensão do Mal*¹². Além disso, dirigiu a série *Santo Agostinho, O Declínio do Império Romano*¹³.

Coco Chanel foi escrita por Ron Hutchinson. A carreira do irlandês inclui longas, séries,

material presented in the genre is in fact produced in serial form”.

8 Tradução nossa: “The miniseries may also be seen as an extended telefilm divided into episodes”.

9 Ver cronograma de exibição em <http://www.imdb.com/title/tt1094661/releaseinfo>

10 *Desperate Housewives*, de Marc Cherry, 2004-2012.

11 *Grey's Anatomy*, de Shonda Rhimes, 2005 -.

12 *Hitler, The Rise of Evil*, 2003. <http://www.imdb.com/title/tt0346293/>

13 *Augustine, The Decline of the Roman Empire*. <http://www.imdb.com/title/tt1327890/>

peças de teatro e filmes televisivos de cunho biográfico, como *The Josephine Baker History* (1991), sobre a cantora e dançarina americana radicada na França; e *Marco Polo* (2007), sobre o navegante espanhol.

Por se tratar de uma produção sobre uma agente da moda, o cuidado com o figurino era grande. A série mostra as criações de Chanel, mas também o que as mulheres contemporâneas a ela usavam, além de apresentar o estilo da criadora. O figurino é assinado pelo designer de moda italiano Stefano de Nardis. Já as peças usadas e criadas por Coco Chanel são do francês Pierre-Yves Gayraud. O figurino assinado por Gayraud dá apoio sensível e material à narrativa, permitindo que o telespectador veja o universo de estilo criativo de Chanel e seu impacto para o vestuário da época.

A minissérie acontece em dois períodos: uma jovem Chanel, pela eslovaca Barbora Bobulova, e uma Chanel madura, vivida pela americana Shirley MacLaine. O elenco ainda traz o francês Oliver Sitruk como Boy Capel; Sagamore Stévenin na pele de Etienne Balsan; Malcolm McDowell como Marc Bouchier, empresário e amigo da estilista; além de Valentina Lodovini, que vive Adrienne Chanel.

Shirley MacLaine, ao contrário de Bobulova, é uma atriz hollywoodiana famosa. Seu primeiro trabalho já foi relevante: *The Trouble with Harry*, dirigido por Alfred Hitchcock, em 1955. Com um currículo vasto, não é de se estranhar que, no material de divulgação e no cartaz da série - assim como na capa do DVD -, a imagem que apareça seja a de MacLaine. “*She conquered with style*”, diz a frase do cartaz. “Conquistar com estilo” já antecipa a expectativa da série: abordar como Chanel alcançou fama e notoriedade, falando sobre seu estilo.

Figura 1. Pôster promocional da série.



Fonte: IMDB (2008)

Dividida em dois episódios, a minissérie enfatiza os aspectos românticos e melodramáticos da vida da estilista. A narrativa é articulada em flashbacks e apresenta duas tramas que tem Chanel como protagonista: uma acontece no “passado” - final do século XIX e início do século XX - e outra no “presente” - em 1954. Nos dois espaços de tempo, a heroína da série é apresentada como uma sonhadora, determinada e orgulhosa. Coco diz que foram as adversidades que fizeram dela uma mulher obstinada. “*A força é construída pelos fracassos e não pelos sucessos. Eu fiquei forte nadando contra a maré*”, afirma na série.

A dimensão amorosa na trajetória de Chanel é aspecto de relevância para o enredo. Enquanto o primeiro episódio enfatiza a relação com Étienne Balsan e o seu período vivendo em Royallieu, o foco do segundo episódio é o relacionamento amoroso com Boy Capel, com ênfase no apoio que o inglês deu para a criação das primeiras lojas Chanel e como ela construiu

um império, revolucionando o vestuário feminino.

O segundo episódio é aquele que possui mais retornos ao que aqui se chama de “presente”, mas na verdade desenrola-se em 1954. Os flashbacks, na sua maioria, acontecem por lembranças de Chanel. O passado e o presente dialogam. Isso é costurado pelo roteiro, mas também na linguagem da câmera e recursos de tratamento de imagens, como o uso de cenas em preto e branco.

Discussão

Procura-se apontar quais os pontos da minissérie ratificam determinada forma narrar a imagem de Chanel. Isso será conduzido a partir da narrativa da ficção televisiva citada, mas também levando em conta outros produtos. Sabe-se que cada um deles criou uma figura que melhor se adequasse aos enredos, mesmo que ora mais geniosa, ora mais melodramática, todas indicam uma recorrência no modo de narrar a trajetória de Chanel. A partir da intersecção desses produtos, apresentam-se eixos sobre o que sempre se diz e o que nunca se fala sobre a vida dela¹⁴.

Infância e juventude

A morte de sua mãe e o abandono de seu pai são aspectos recorrentes sobre a infância de Chanel. Esses dois pontos, em geral, são contados como responsáveis pela construção de uma mulher que “opta” por um futuro brilhante e não aceita a resignação da vida religiosa dentro do orfanato. Os produtos que reconstituem a infância apresentam uma menina que, por conta do abandono, opta pela independência. Com a minissérie do Lifetime, não foi diferente.

Mesmo que a estilista tenha tentado esconder, o período que passou no orfanato de Aubazine, na França, as obras audiovisuais ratificam o fato de que os discursos da própria Chanel nunca passaram de invenções para ocultar um passado que lhe envergonhava. Isso é enfatizado pelas narrativas ficcionais de *Chanel, a solidão de uma mulher*; *Coco Chanel*; e *Coco Antes de Chanel*: todas trazem diferentes versões das mentiras contadas por ela sobre a infância¹⁵.

Outros pontos recorrentes no modo de narrar a sua infância e juventude dizem respeito a três aspectos centrais da sua vida: 1) a origem do nome Coco; 2) Adrienne Chanel e 3) a casa de costura em Moulins.

Sobre o primeiro, só existem dissonâncias. É uma preocupação de todos os produtos explicar o motivo de Gabrielle Chanel ser chamada de Coco, mas não há um padrão para falar sobre as matrizes da história. Enquanto *Chanel, a solidão de uma mulher* aponta o pai da menina Chanel como responsável pelo apelido, *Coco Chanel* e *Coco antes de Chanel* dão a Étienne Balsan, primeiro amante da francesa, a incumbência de nomeá-la como Coco.

O segundo aspecto diz respeito à presença de Adrienne Chanel nesta trajetória: a tia é apresentada como indispensável companheira da costureira. Algumas narrativas as apresentam como irmãs, e outras nem explicam qual é realmente a relação de parentesco entre elas. Porém, a imagem de Adrienne é tida como um ponto de apoio fundamental, desde o momento em que Chanel chega à maioridade e vai embora do orfanato até o sucesso na moda.

O último ponto trata sobre a chegada de Chanel em Moulins. A cidade é apresentada como a locação onde ela deu o primeiro passo rumo à liberdade, ficando mais próxima dos

14 De antemão, é necessário ressaltar que três produtos em questão: a minissérie *Coco Chanel* e os filmes *Chanel, a solidão de uma mulher* e *Coco Antes de Chanel* possuem muito em comum, pois se propõem, a reconstituir a trajetória da estilista desde a infância até o momento que atinge o sucesso. No entanto, a minissérie difere de todas as películas cinematográficas em um ponto específico, além do fato de terem sido feitas para veículos diferentes respeitando as suas particularidades de linguagem e narrativa: os filmes são baseados em algum romance ou biografia sobre Chanel e isso é explicitado logo no início de cada um deles.

15 No entanto, na maioria das narrativas ficcionais audiovisuais fica nítida a fragilidade da estilista por sido rejeitada por seu pai quando ainda era uma garota. Logo no início do longa-metragem *Coco Antes de Chanel*, a voz em off de Gabrielle Chanel é ouvida: “Esperei meu pai cada domingo, mas ele jamais apareceu”. Na minissérie *Coco Chanel* isso também fica claro. Quando está com Boy Capel, em um café de Paris, *Mademoiselle* diz para o seu amado: “Eu, sim, teria dado qualquer coisa pelo amor de meu pai”. O filme *Chanel, a solidão de uma mulher* junta-se ao coro quando apresenta uma jovem Coco que não aceita que ninguém diga qualquer coisa negativa a respeito de seu pai.

vestuários, já que trabalharia como costureira. Ali ela conseguiria entender sobre proporção, corte e costura. Lá, também conhecerá Étienne Balsan, vivendo a primeira aventura amorosa com um homem rico.

Coco Chanel (2008) reitera modos de falar sobre a infância e juventude. A morte da mãe, o abandono do pai, a solidão no orfanato e a responsabilidade sob sua irmã mais nova, Júlia, estão presentes na narrativa. Na série, Chanel em idade avançada é assombrada pelo passado, na mistura de amor e frustração que sente pelo pai.

A vida com Étienne Balsan

O período da vida em que viveu com Étienne Balsan em Royallieu - como era chamada a mansão do militar - é sempre abordado nas narrativas, sejam elas audiovisuais ou literárias¹⁶. Todos os produtos retratam a época em que Gabrielle morou em Royallieu como imprescindível para a aproximação do mundo da costura, já que ela mesma fazia os seus vestidos e chapéus.

Os enredos leem a proximidade de Chanel com a dita “elite” francesa, vindo de perto as extravagâncias em festas e jantares oferecidos por Balsan, como a responsável pelo firmamento da discricção como característica essencial na sua obra. Além disso, Balsan é apresentado na trajetória como uma ponte entre o passado pobre e um futuro abastado. Todos concordam, por exemplo, que chegada da modista em Paris só foi possível graças ao oficial.

A minissérie do Lifetime é a única que enfatiza a dimensão amorosa entre Balsan e Chanel. A modista fica apaixonada por ele no primeiro encontro, e, por isso, aceita ir embora de Moulins. Antes de sair da casa de costura para ir viver com Balsan, Chanel diz a Adrienne: “*Eu não posso viver sem ele*”.

O papel de Boy Capel

Sem Boy Capel não seria possível o império de estilo erigido por Chanel. É dessa forma que a relação entre os dois é tratada e, principalmente, através de dois aspectos. Primeiro, construindo-o como o responsável por oferecer o suporte financeiro para as primeiras lojas Chanel, sem preocupação com um retorno imediato de lucros, já que ele era rico empresário do ramo do carvão.

Segundo, porque o amor dos dois é narrado de maneira idealizada, mas com certo tipo de “distorção” dos clássicos romances, já que Capel era casado com uma lady inglesa. Isso sempre vira um tumulto na relação quando Capel avisa sobre seu casamento. A costureira fica triste, mas, após juras de amor, as protagonistas das narrativas aceitam o papel de amante e vivem felizes assim.

Outro ponto que sempre é retratado é a morte de Boy Capel. Em todas as ficções em questão, e nos documentários, além das biografias usadas como referência, a morte do amante é tida como a mola propulsora para grandes modificações na vida de Chanel. Conta-se sempre que, após a morte dele em 1919, a estilista resolve dedicar-se totalmente ao trabalho, tornando ainda mais rápida a sua consagração.

Mesmo em *Coco Chanel e Igor Stravinsky*, que foca no envolvimento de Chanel com o compositor, as primeiras cenas do filme são da estilista com Boy Capel rindo e bebendo juntos. É necessário que ele morra para que, em 1920, Chanel possa se envolver com Stravinsky. Na morte de Capel, as narrativas da minissérie *Coco Chanel* e dos filmes *Chanel, a solidão de uma mulher* e *Coco Antes de Chanel* param. Ou seja, o fluxo da história acontece somente até o acidente de carro, após isso as histórias enveredam para o seu fim, já que escolheram esse romance como um dos recortes principais para tratar da trajetória da estilista¹⁷.

16 Isso só não acontece no filme *Coco Chanel e Igor Stravinsky*, pois ele reconstitui um período específico da vida da costureira: entre 1920 e 1922 – época em que o compositor russo viveu com toda sua família na luxuosa casa de campo de Chanel.

17 A própria Chanel fazia questão de contar que o seu único amor foi Boy Capel. Sobre a morte do inglês, ela disse a Morand (2009, p. 46): “Foi o único homem que eu amei. Ele está morto. Eu nunca o esqueci. Ele foi a grande sorte de minha vida; eu [finalmente] havia encontrado alguém que não me desmoralizava. Ele tinha uma personalidade bastante singular, uma natureza ardente e concentrada; ele me formou, ele soube desenvolver em mim o que me

Chanel Nº 5

Os trabalhos audiovisuais dão amplo espaço ao surgimento do Chanel Nº 5. Ele é sempre destacado como o primeiro perfume feminino a receber o nome de um estilista e reunir fragrâncias sintéticas ao invés de florais, como já havia feito Paul Poiret. Era o aroma para “mulheres de verdade”. Como dizia estilista: *“Mulheres não são flores, por que, então, o cheiro delas deve ser igual ao das flores?”*. Sempre se ressalta a complexidade do Chanel Nº5: são mais de 80 ingredientes reunidos num frasco. Como ilustração, um diálogo do filme *Coco Chanel e Igor Stravinsky*, entre Chanel e Misia Sert, em 1920, na *maison*:

Coco Chanel: *Encontrei meu perfumista.*

Misia Sert: *Continua obcecada com o perfume.*

Coco Chanel: *Será mais que um simples perfume. [...] Procuo uma essência moderna, ousada, como uma mistura, A química consegue essa mistura. Um perfume que seja tão complexo como uma personalidade.*

As narrativas enfatizam o desejo de encontrar a fragrância que seja “a essência do poder feminino”, e que não seja efêmera no corpo. O excerto de uma entrevista do documentário *Chanel, Chanel*, onde ela expressa sua opinião sobre a importância dos perfumes na vida de uma mulher, ajuda a ilustrar como se dá essa construção:

Jornalista: *O perfume tem uma importância especial para as mulheres?*

Coco Chanel: *É a coisa mais importante! Nós percebemos muito através nosso sentido olfativo. [...] Eu acredito que perfume é luxo, mesmo o mais leve, o mais insignificante. Desde que ele seja corretamente selecionado e se adeque à pessoa que o usa. Como Paul Valéry corretamente disse, uma mulher que se perfuma mal não tem futuro. [...] É muita pretensão achar que o seu próprio cheiro é suficiente.*

A visão sobre a moda

Ratificar a sua visão sobre a moda e o estilo que construiu são aspectos recorrentes nas produções aqui trabalhadas. Os filmes, documentários e livros são cheios de frases, citações e depoimentos de Coco Chanel sobre o mundo da moda, sobre a forma como as mulheres deveriam se vestir, sobre elegância, perfumes e até mesmo comentários sórdidos sobre outros estilistas.

No documentário *Gabrielle Chanel, uma estilista imortal*, Coco já no final da sua vida, vocifera contra a moda como exclusividade: *“O que sempre me pareceu ridículo é que se defenda uma moda. Não se pode defender a moda. Por que defendê-la? Não é moda se ninguém a vê”*.

Para ela, e todos os materiais em questão fazem questão de confirmar isso, a moda deveria ser usada e vista nas ruas. No mesmo documentário, a estilista aparece falando sobre as inovações propostas por André Courrèges na década de 60, como saias acima do joelho e uso do lamê. Sobre as roupas dele, ela diz: *“Aliás, quando se mostra tudo já não se quer nada”*.

As ficções possuem várias frases-síntese sobre a visão de Chanel sobre a moda. Ela afirma em *Coco Antes de Chanel*: *“Tenho senso de mau gosto”*. Destaca-se que a minissérie *Coco Chanel* está cheia de discursos e solilóquios onde ela explica de que forma a moda deveria ser compreendida.

No filme *Coco Chanel e Igor Stravinsky*, ao chegar à sua loja, Chanel avalia suas três vendedoras: *[à primeira] eu já te disse para usar perfume. [À segunda] as suas mãos... [unhas]*

muito compridas torna-se vulgar.

Os produtos mostram um estilo pessoal, desde a juventude, quando era costureira em Moulins. Ela manifesta sua visão de mundo em si mesma. As cores, os cortes, os tecidos e os modelos que cria expressam o seu ponto de vista sobre a liberdade das mulheres, sobre as pessoas e a sociedade.

Isso ganha materialidade nas “revoluções” apresentadas pelos enredos das obras: 1) no corte de cabelo - mesmo Chanel não tendo sido a pioneira em usar os cabelos curtos¹⁸; 2) na criação de vestimentas adaptadas às demandas das mulheres na 1ª Guerra Mundial, com tecidos que incomuns na confecção de roupas daquela época, visando o conforto; 3) e na recusa de cores, com favoritismo pelo preto¹⁹.

O gênio temperamental

A forte e controversa personalidade de Coco é, em geral, exposta de modo enfático. Ela é construída como ríspida, teimosa e determinada. Existem realces para certos aspectos: na minissérie *Coco Chanel*, ela é um pouco mais doce; em *Chanel, a solidão de uma mulher*, cabeça-dura; em *Coco antes de Chanel*, reservada; em *Coco Chanel e Igor Stravinsky*, sexualizada. Mas, todas ratificam o orgulho.

Isso, provavelmente, encontra força nas definições que a estilista dava sobre si mesma. “Sim, o orgulho é a chave do meu mau caráter, de minha independência de cigano, de minha insociabilidade; é também o segredo de minha força e minha resignação, é o fio de Ariadne que me permite me reencontrar hoje” (MORAND, 2009). Depoimentos como os de Bettina Graziani, supermodelo do pós-guerra, no documentário *Chanel, uma estilista imortal*, reforçam a ideia: “Ninguém pode pensar Chanel como alguém suave. Era capaz de dizer qualquer coisa a qualquer um”.

Narrador do documentário: Intransigente quanto à qualidade e o acabamento, era também famosa no mundo da moda por seu caráter autoritário e suas exigências sem limites no trabalho.

Em *Coco Chanel e Igor Stravinsky*, ela trabalha no ateliê, fazendo alterações num vestido, impaciente com a modelo, quando costureiras pedem para conversar. De forma ríspida, responde: “Já disse que se for sobre aumento não quero conversar”.

A minissérie do Lifetime abusa menos das explosões ríspidas de humor da estilista. Chanel jovem, apesar de ávida e determinada, também demonstra um lado doce. Sua teimosia, que nos outros produtos soa como arrogância, neste, às vezes se confunde com inocência. O lado mais ranzinza da estilista é mais evidente nos momentos em que ela aparece com idade mais avançada, como se a vida a tivesse endurecido. Isso não significa que a minissérie mostre Chanel como amargurada.

Os silêncios sobre a vida de Chanel

Com recorrências nas narrativas sobre a trajetória de Chanel, também são recorrentes os hiatos nestas histórias. Certos períodos da história Chanel, e pessoas que cruzaram o caminho da estilista, nunca são abordados.

Chanel escondia a infância que passou no orfanato em Aubazine. Para isso, inventava mentiras sobre seus pais e infância. Mas, além disso, amigos e relações sociais também eram

¹⁸ A própria Chanel afirma para o seu amigo Paul Morand (2009, p. 66): “Em 1917 eu cortei meus espessos cabelos; eu comecei a roê-los pouco a pouco. Finalmente, eu os cortei curtos. ‘Por que você cortou os cabelos?’, [perguntaram]. ‘Porque eles me incomodam’, [respondi]”.

¹⁹ Palavras de Coco Chanel: “Os grandes costureiros, depois de 1920, tentaram lutar. Eu me lembro de ter visto, por essa época, a sala da Opéra, do fundo de um alojamento. Toda essa mistura me chocava; esses vermelhos, esses verdes, esses azuis elétricos, toda a paleta de Rimsky-Korsakov e Gustave Moreau, colocada em moda por Poirer, isso me nauseava. Os ballets russos, era decoração cênica, não é costura. Eu me lembro bem de dizer, então, a qualquer um que se encontrava ao meu lado: Essas mulheres, eu vou fazer em preto” (MORAND, 2009, p. 68).

ocultadas por ela. “A bela Suzanne Orlandi²⁰ [por exemplo] é uma daquelas amigas da juventude de quem Gabrielle, depois de tornar-se a célebre *Madeimoselle* Chanel, nunca falava” (CHARLES-ROUX, 2007, p. 55). Isso também se expressa na maioria das obras audiovisuais em questão. Amigas do período em que Chanel viveu no *démi-monde*, ou da época em que trabalhou em Vichy, tentando ser atriz, não aparecem nos enredos.

Outra pessoa fundamental na vida de Coco, e que nunca é apresentada nas narrativas, é Misia Sert²¹. A russa exerceu tal encantamento sobre ela que era sempre vista em viagens e festas organizadas por Chanel. Autores como Vaughan (2011) insinuam que elas mantiveram um caso amoroso secreto. “Foi num almoço na casa de Cécile Sorel, em 1917, que Gabrielle Chanel encontrou pela primeira vez a única mulher que exerceu sobre ela uma influência inegável (ainda não confessada), a única, enfim, a quem Gabrielle Chanel reconheceu o gênio” (CHARLES-ROUX, 2007, p. 150).

Assim como Misia, os inúmeros amantes não fazem parte dos discursos dos filmes e da minissérie em questão. A estilista teve relacionamentos com homens poderosos, utilizando-se das relações para tornar sua marca forte. As obras ressaltam apenas dois homens na vida de Chanel: Balsan e Capel. “Ela teve entre seus diversos amantes cabeças coroadas, milionários e mandatários da política, que influenciaram decisivamente sua vida” (DEL PRIORE, 2009).

No entanto, um dos pontos mais controversos sobre a trajetória de Coco Chanel é a uma possível colaboração com o nazismo. O livro *Dormindo com o inimigo - A guerra secreta de Coco Chanel* (VAUGHAN, 2011) afirma que a estilista foi amante do barão Hans Günther von Dincklage. O único material audiovisual que toca nesse aspecto foi o documentário *Reputations – Chanel: A private life*.

Já havia algum tempo ela era simpática aos nazistas - um de seus ex-namorados, o cartunista Paul Iribe, era partidário de que uma estreita relação com os alemães podia ser benéfica à França. Antes da guerra, Chanel já se alinhava à direita e era descrita como alguém de ideias racistas. No Ritz, sua companhia permanente era o alemão Hans Gunther von Dincklage, um misto de playboy, oficial e espião enviado à França para preparar a invasão nazista. [...] Nessa época, a estilista tentou se aproveitar do antissemitismo reinante para espoliar os sócios Pierre e Paul Wertheimer, judeus, que a ajudaram no início da carreira. Alta traição, na medida em que os Wertheimer eram seus parceiros no negócio de essências e responsáveis pelo sucesso do perfume Chanel Nº 5 (DEL PRIORE, 2009).

Os hiatos, na maior parte das narrativas, combinam sobre um período: não se fala da história de vida de Chanel após 1920. A maioria dos enredos pula da morte de Boy Capel, em 1919, para os sucessos conquistados pelo seu trabalho após esse período. Esses silêncios na trajetória ajudam a construir uma imagem “limpa” da estilista, responsável pelo próprio sucesso, vencendo um início pobre e alcançando a riqueza. Por isso, o nível de idealização é alto. Chanel é a “heroína” que luta pela liberdade das mulheres no século XX.

Considerações Finais

Ratificando o ponto de vista inicial, de que biografias midiáticas, além de entreter e

20 “O destino delas tinha muitos pontos em comum. Suzanne Orlandi era mais do que discreta sobre as misérias de seu tempo de mocidade, a luta, as decepções, as afrontas sofridas. Não fazia nenhuma confidência sobre o capítulo dos amores, nem uma palavra sobre isso. Mas Suzanne era uma testemunha irrefutável. Razão suficiente para que, do ponto de vista de Gabrielle, o nome dela nunca fosse evocado. Ambas pertenceram a uma categoria social situada entre o mundo que era qualificado de “sociedade” e o outro chamado o “mundo da galanteria” [...]” (CHARLES-ROUX, 2007, p. 56).

21 Apenas nos filmes Chanel, a solidão de uma mulher e Coco Chanel e Igor Stravinsky Misia Sert aparece nas narrativas: no primeiro, insinua-se que a estilista e a russa são amantes - Misia, inclusive, tenta beijá-la publicamente; já no segundo ela aparece como personagem secundária em poucas cenas curtas.

preencher lacunas na memória coletiva, também reafirmam lugares de destaque de alguns personagens, nota-se que as convergências e omissões indicam um “molde” da vida de Chanel aos aspectos que cada obra pretende enfatizar, sempre variando.

Não se pode perder de vista a artisticidade contida nessas obras. Por isso, aspectos produtivos, como a coerência da trama e a liberdade criativa da equipe, devem ser levados em conta. Os audiovisuais deste trabalho, com ênfase na minissérie, se propõem a atender demandas poéticas. Assim, cortes e edições são feitos em vista de uma melhor fruição do material.

O ponto em comum entre as narrativas é a construção de Chanel como uma mulher geniosa, criadora destemida e disposta a modificar a história do vestuário feminino. Tais aspectos da personalidade são enfatizados e, por consequência, Chanel parece consciente do sucesso, como se soubesse que a fama serial inevitável.

Também se percebe que, com frequência um lado mais melodramático e sentimental da estilista é apresentado, sempre descrita pelo amor. Segundo as narrativas, as mudanças propostas por Chanel foram pensadas em momentos marcantes da vida pessoal. Trabalho e sentimentos convivendo em Chanel.

Estas especificidades estão mais presentes em *Coco Chanel* (2008) do que nos outros produtos investigados. A minissérie reforça o ponto de vista clássico sobre Chanel e não “arranha” o que é tradicionalmente contado sobre esta imagem. Ela reitera valores socialmente conhecidos, sem a pretensão de abordar as polêmicas e contradições na trajetória. A personalidade explosiva e a teimosia são apresentadas de modo positivo, e o que pode ser tido como um “defeito” se justifica como base necessária para sua genialidade criativa.

Pode-se apontar que a construção desta imagem está relacionada com o fato de ser uma minissérie produzida para um canal “feminino”, com tradição em séries melodramáticas, onde o sentimentalismo é valorizado. Outro aspecto importante é como a minissérie está em consonância com o interesse da moda de perpetuar um modo de falar sobre a dimensão criativa dos estilistas. É mais conveniente construir a imagem de Chanel como uma mulher romântica, com obstinada genialidade e predestinada ao sucesso, do que ressaltar um caráter irascível, ou uma possível colaboração com a Alemanha Nazista.

Vale ressaltar que as obras audiovisuais trabalhadas aqui poderiam ser estudadas isoladamente, já que possuem uma série de particularidades, como expressivas artísticas, e que merecem contemplação em tantas pesquisas. É possível, ainda, investir em outros aspectos narrativos, como trilhas sonoras, cenários, enquadramentos de câmera - e todo o trabalho de direção - bem como a ênfase nos figurino, o papel das atrizes que interpretaram Chanel, etc., ou seja, contemplar a complexa teia poética desses elementos, relevantes para analisar esta trajetória.

Espera-se provocar debates e incentivar novos trabalhos que tentem compreender de que modo biografias midiáticas apontam convergências no modo de se reconstituir trajetórias de consagrados agentes. Vale destacar que a metodologia foi desenvolvida como exploração analítica. Outros caminhos devem ser desbravados.

Ao longo de qualquer pesquisa, é importante não tomar um ou outro produto biográfico como verdade absoluta. No cruzamento de narrativas, isso ajuda a buscar as recorrências sobre o personagem, e não a ideia de “não ocorreu assim” ou “deveria ter sido feito de outra maneira”.

Referências

BARTRA, Eli; MRAZ, John. As duas Fridas: história e identidades transculturais. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 13, nº 1, p. 69-79, jan./abr. 2005. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v13n1/a05v13n1.pdf>>. Acessado em 22 out. 2020.

BERGAMO, Alexandre. **A experiência do status: roupa e moda na trama social**. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. In: FERREIRA, M.; AMADO, J. (orgs). **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1998.

_____. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Tradução: Mariza Corrêa. Campinas: Papiрус, 1996.

_____. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, nº 34, p. 7-66, dez. 2001.

_____. Alta costura e alta cultura. In: BORDIEU, P. **Questões de sociologia**. Tradução de Miguel Serras Pereira. Lisboa: Fim de Século, 2003.

_____. Mas quem criou os “criadores”? In: BORDIEU, P. **Questões de sociologia**. Tradução de Miguel Serras Pereira. Lisboa: Fim de Século, 2003.

CAMARA, Alana Damasceno Arruda. **Imagem de marca: uma análise da construção de identidade no universo fílmico do Chanel Nº 5**. 2010. 113 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda**. São Paulo: Annablume, 2005.

CHARLES-ROUX, Edmonde. **A era Chanel**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FURQUIM, Fernanda. A produção de minisséries. **VEJA**, São Paulo, mar. 2011, Blog Nova Temporada. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/temporadas/televisao/a-producao-de-minisseries/>>. Acessado em 26 out. 2020.

LIPOVETSKY, Gilles. **Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: SENAC, 2000.

MORAND, Paul. **L'Allure de Chanel**. Paris: Hermann, 2009.

MONTAGNER, Michel. Biografia coletiva, engajamento e memória: A miséria do mundo. **Tempo Social**, São Paulo, v. 21, nº 2, p. 259-282, 2009.

_____. Trajetórias e biografias: notas para uma análise bourdieusiana. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 9, nº 17, p. 240-264, jan/jun. 2007.

MONTGOMERIE, Margaret. Miniseries. In: NEWCOMB, Horace (org). **The Encyclopedia of Television**. Museum of Broadcast Communications, Chicago, 1997.

PALOMINO, Erika. **A Moda**. São Paulo: Publifolha, 2002.

PENA, Felipe. **Teoria da Biografia sem Fim**. São Paulo: Mauad, 2004.

PRIORE, Mary Del. Biografia: quando o indivíduo encontra a história. **Topoi**, Rio de Janeiro, v. 10, nº 19, p. 7-16, jul./dez. 2009.

_____. Coco Chanel - A moda em tempos de Guerra. **Bravo**, São Paulo, set. 2009, Cinema. SIMMEL, Georg. **El problema del estilo**. Traducción del alemán: José Almaraz. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, España, número 84, out-dez, 1998.

VAUGHGAN, Haul. **Dormindo com o inimigo: a guerra secreta de Coco Chanel.** Tradução: Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

VIRINO, Concepción. **El espejo deformado: versiones, secuelas y adaptaciones en Hollywood.** Sevilla: Servicios de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 2006.

Obras audiovisuais:

CHANEL: a private life. Edição: Laurence Rees. Produção: Jonathan Stamp. Narração: Susannah York. UK: BBC, 1995. 50 minutos, color, dolby.

CHANEL, a solidão de uma mulher. Direção: George Kaczender. Produção: Larry G. Spangler. Roteiro: Julian More. Intérpretes: Marie-France Pisier, Timothy Dalton e outros. EUA: Best Film & Video Co., 1992. 1 videocassete (107 min), Color, EP, NTSC. Baseado no livro *Chanel Solitaire*, de Claude Delay.

CHANEL, CHANEL. Direção: Eila Hershon e Roberto Guerra. Roteiro: Richard Howort. Narração: Diane Glick. EUA: Arthaus Musik, 1988. 1 DVD (61 min), color, dolby, NTSC.

COCO ANTES DE CHANEL. Direção: Anne Fontaine. Produção: Simon Arnal, Caroline Benjo e Philippe Carcassonne. Roteiro: Anne Fontaine e Camille Fontaine. Intérpretes: Audrey Tautou, Marie Gillain e outros. França: Sony Pictures Classics, 2009. 1 DVD (105 min), AC-3, Color, Dolby, Subtitled, Widescreen, NTSC Baseado no livro *L'Irrégulière ou Mon Itinéraire Chanel* de Edmonde Charles-Roux.

COCO CHANEL. Direção: Christian Duguay. Produção: Luca Barnabei e Matilde Barnabei. Roteiro: James Carrington. Intérpretes: Shirley Maclaine, Barbara Bobulova e outros. Lifetime: 2008. 1 DVD (139 minutos), AC-3, Color, Dolby, Widescreen, NTSC. Produzido por Lux Vide, Pampa Production, Alchemy Television, France 2 (FR2), Radiotelevisione Italiana (RAI).

COCO CHANEL & IGOR STRAVINSKY. Direção: Jan Kounen. Produção: Chris Bolzli. Roteiro: Carlo De Boutiny e Jan Kounen. Intérpretes: Anna Mouglalis, Mads Mikkelsen e outros. França: Sony Pictures Classics, 2009. 1 DVD (119 minutos), Color, Dolby, Widescreen, NTSC. Baseado no romance *Coco & Igor*, de Chris Greenhalgh.

GABRIELLE CHANEL, uma estilista imortal. Direção: Gilles Nadeau. França: Pierre Bouteiller Productions, 2001. (52 min), color, Digital Betacam, NTSC.

Recebido em 7 de agosto
Aceito em 27 de agosto