CHANEL

COCO

MUJER REVOLUCIONARIA



Chiara Pasqualetti Johnson

BLUME



Título original *Coco Chanel. Revolutionary Woman*

Proyecto editorial Valeria Manferto De Fabianis
Edición Phillip Gaskill
Diseño Maria Cucchi
Traducción Beatriz García Alonso
Revisión de la edición en lengua española
Estel Vilaseca Álvarez
Responsable del Área de Moda, LCI Barcelona
Coordinación de la edición en lengua española
Cristina Rodríguez Fischer

Primera edición en lengua española 2024
Reimpresión 2025

© 2024 Naturart, S.A. Editado por BLUME
Carrer de les Alberes, 52, 2.º Vallvidrera
08017 Barcelona
Tel. 93 205 40 00 e-mail: info@blume.net
© 2024 White Star S.R.L., Milán (Italia)

ISBN: 978-84-10048-97-3
Depósito legal: B. 10545-2024
Impreso en China

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, sea por medios mecánicos o electrónicos, sin la debida autorización por escrito del editor.

WWW.BLUME.NET

Este libro se ha impreso sobre papel manufacturado con materia prima procedente de bosques de gestión responsable. En la producción de nuestros libros procuramos, con el máximo empeño, cumplir con los requisitos medioambientales que promueven la conservación y el uso responsable de los bosques, en especial de los bosques primarios. Asimismo, en nuestra preocupación por el planeta, intentamos emplear al máximo materiales reciclados, y solicitamos a nuestros proveedores que usen materiales de manufactura cuya fabricación esté libre de cloro elemental (ECF) o de metales pesados, entre otros.

CHANEL

COCO

MUJER REVOLUCIONARIA

BLUME

Chiara Pasqualetti Johnson

Contenido

Introducción 6

Gabrielle Bonheur Chanel, más conocida como Coco 12

31 Rue Cambon, el dominio de Mademoiselle 48

El regreso de la reina 100

Un perfume legendario 178

La moda pasa, el estilo permanece 196

Coco Chanel fotografiada por Man Ray en 1935. Un plano icónico que recoge todos los elementos de su revolucionario estilo: la figura esbelta, el vestido negro, el omnipresente sombrero, las perlas auténticas y la bisutería.



Gabrielle Bonheur Chanel, más conocida como Coco

De sus humildes orígenes a la creación de su marca. El impresionante ascenso de esta pequeña, criada en un orfanato, empezó con un pequeño canotier adornado con una cinta negra y continuó con la creación de su Chanel Nº 5, el primer perfume en llevar el nombre de una diseñadora. Fue en el año 1921, y desde entonces el mundo de la moda nunca volvería a ser el mismo.

En una cálida tarde de verano de 1883, el sol se reflejaba en tonos rosas en las aguas del Loira a su paso por la pequeña localidad de Saumur. Jeanne Devolle, de solo 21 años, ya era madre de una niña llamada Julia y de otra que venía en camino cuando llamó a las puertas del hospital dirigido por las Hermanas de la Providencia. Pese a las contracciones que sentía, la joven apuró hasta el último momento para salir de casa y, por ello, su segunda hija, Gabrielle Bonheur, nació junto al mostrador de Admisión. El padre de las criaturas, Albert Chanel, era un vendedor ambulante gamberro y mujeriego sin ningún interés por formar un modelo de familia tradicional. Sin embargo, Jeanne estaba tan locamente enamorada de él que lo siguió en sus andanzas, e incluso aceptó el hecho de que sus dos hijas nacieran fuera del matrimonio. El escándalo fue tal que Albert fue presionado para improvisar una precipitada boda, no sin antes recibir la dote que le entregó la familia de su futura joven esposa. Un año después nació su tercer hijo, Alphonse, al que siguieron Antoinette, Lucien y, por último, el pequeño Augustin, que murió durante su infancia.

Uno de los pocos retratos de ella en su juventud, fechado en 1909. Ese mismo año en París, Coco empezó a confeccionar los sencillos sombreros de paja que firmó con su nombre de pila, Gabrielle Chanel.




Je le déclare sans vergogne
Il n'y a rien de moins Coco
Qu'une toilette de Coco
Parfumée à l'eau de Coco...
De Coco... de cocologne
Marquise de la Flaconnerie
SEM

«El perfume es algo invisible y, sin embargo, un accesorio inolvidable. El perfume anuncia la llegada de una mujer y alarga su partida».

Confiaba en el boca a boca, el cual, de hecho, se convirtió en una poderosa herramienta de *marketing*. De manera profética, anunció: «Para lanzar al mercado mi perfume he escogido el día 5 de mayo de 1921, que es el quinto día del quinto mes del año. Dejaré que ese número me dé suerte». Y vaya si se la dio. En cuanto la preciada esencia se presentó oficialmente y se puso a disposición del público en exclusiva en su estudio de 31 de la rue Cambon, las clientas se agolparon en las puertas para conseguirlo. Los primeros lotes los elaboró Rallet, una pequeña fábrica de la Provenza en la que trabajaba Ernest Beaux y que también era proveedor de la corte rusa. Sin embargo, Coco no quedó satisfecha con su trabajo. Muchos frascos llegaron defectuosos y, lo más importante, Rallet fue incapaz de preparar el cada vez mayor número de pedidos en los plazos que la diseñadora le marcaba, por lo que Coco tuvo que poner la producción de su perfume en manos de los brillantes propietarios de la empresa de cosmética Bourjois, los hermanos Wertheimer, Pierre y Paul, a quienes había conocido en Deauville. En 1942, juntos fundaron la Société des Parfums Chanel, en la que Gabrielle y Pierre Wertheimer eran socios y Ernest Beaux trabajaba como gerente de operaciones. Aunque Coco era una calculadora sagaz, no sabía nada de presupuestos, por lo que enseguida se hartó de llevar las cuentas y revisar hojas de cálculo. Odiaba sentirse obligada a pensar como una empresaria. Por ello, su acuerdo estableció que Coco no se implicaría en la gestión ni administrativa ni comercial del perfume, y que, a cambio, únicamente recibiría un 10 por ciento de los beneficios, unos ingresos de los que disfrutaría durante el resto de su vida y que la mantendrían a salvo en épocas de penurias.

Homenaje al perfume de Chanel en un dibujo de Sem de 1923, con una inscripción para Coco que reza: «La marquesa del frasco» y su caricatura, todo enmarcado en el inconfundible frasco del Nº 5.



Con el duque Fulco di Verdura en 1937. Juntos crearon el icónico brazalete de esmalte en color crema decorado con una cruz de Malta a base de gemas de colores.

Al poco, Chanel se arriesgó a diseñar collares largos de cuentas de cristal y pulseras de esmalte que por la noche contrastaran con sus vestidos minimalistas y, por el día, con un sencillo jersey. Ella, que era una mujer de enorme intuición, escogió como colaboradores para su nueva aventura a dos amigos varones, el conde Étienne de Beaumont y el duque Fulco di Verdura, ambos hombres de mundo con un gusto impecable y la capacidad de garantizar la máxima visibilidad de sus últimas creaciones. Beaumont, coleccionista de antigüedades, diseñó un clásico de Chanel que aún se fabrica a día de hoy: un colgante con incrustaciones de piedras y largas cadenas de oro. Coco conoció al duque, joyero siciliano y primo del escritor Tomasi di Lampedusa en un baile organizado en Venecia por Cole Porter. Y ese duque se convirtió en el creador de su famoso brazalete, la pulsera en esmalte blanco con la cruz de Malta, una pieza superventas de la marca desde 1937. Un tiempo después, encargó a François Hugo, descendiente del poeta y jefe de operaciones de las fábricas de punto de Chanel, que creara alfileres, broches y conjuntos de bisutería llamativos pero asequibles. Así, al colocarlos sobre las líneas básicas de sus vestidos, rompía con la tradición y proponía democratizar no solo el vestido, sino también sus accesorios. Aquellas creaciones eran lujosas, incluso suntuosas, porque Coco perseguía la sencillez con sus vestidos, pero disfrutaba enriqueciéndolos con accesorios caprichosos y contrastados. «Las joyas de las joyerías me resultan aburridas», solía argumentar. Jamás ocultaba su aversión por los adornos demasiado simplones y las joyas tradicionales, que le parecían mundanas. «Son como ponerte un cheque al cuello», insistía. «Esas joyas tan bonitas me obligan a pensar en arrugas, en la piel suelta de las viudas ricas, en sus dedos huesudos, en la muerte y en últimas voluntades y testamentos». Pese a ello, Coco atesoraba un gran número de joyas espléndidas, muchas de las cuales habían sido regalos de amantes pasados, como Dmitri y el duque de Westminster, aunque otras se las había comprado ella misma al empezar a gestionar su dinero y decidir lucir piedras de un valor inconmensurable. Algunas parecían tan grandes y preciosas que nadie jamás imaginó que pudieran ser reales. Sin embargo, a ella le gustaba mezclarlas de forma espontánea con piezas de bisutería y llevarlas sobre jerséis de lo más sencillos para exaltar su bella esencia. Entre sus favoritos destacaba un anillo barato con un cristal en color rodeado de oro. Nunca se lo quitaba: podía lucirlo en el dedo meñique izquierdo o en una cadena escondido bajo la blusa, pero siempre iba con él. Se rumoreaba que se lo habían regalado cuando tan solo tenía 20 años y acababa de comenzar a trabajar en Moulins. Al parecer, había sido un obsequio de un desconocido que por aquel entonces predijo que su futuro estaría plagado de dinero y de hombres.



Coco trabajando en 1937. Rara vez aparecía con las gafas en las fotografías, aunque siempre las tenía a mano, junto con sus cigarrillos, en los cómodos bolsillos de sus trajes.



El nombre de Coco Chanel, reina de la alta costura, siempre irá unido a su inconfundible estilo. Impulsada por su espíritu rebelde, hilvanó su futuro como si de un vestido se tratara, y revolucionó la moda femenina con lo que se acabaría por convertir en iconos clásicos como su vestido negro, el perfume Chanel Nº 5, sus creaciones de bisutería, los trajes con botones dorados y sus bolsos acolchados. Su leyenda cobra vida en esta biografía, ilustrada con cientos de fotografías que la muestran atrevida y real, la representación perfecta de esa elegancia atemporal que la hizo inmortal.

«No me arrepiento de nada en mi vida, excepto de lo que no he hecho».

(Coco Chanel)

Preservamos el medio ambiente

- Reciclamos y reutilizamos.
- Usamos papel de bosques gestionados de manera responsable.

ISBN 978-84-10048-97-3

9 788410 048973

BLUME