PEQUEÑO LIBRO DE

CHANEL
POR LAGERFELD

La historia del icónico diseñador de moda

EMMA BAXTER-WRIGHT

BLUME



Título original *Little Book of Chanel by Lagerfeld*

Traducción Enara Sáez Romero
Revisión de la edición en lengua española Estel Vilaseca Álvarez
Responsable del Área de Moda de LCI Barcelona
Coordinación de la edición en lengua española Cristina Rodríguez Fischer

Primera edición en lengua española 2023
Reimpresión 2025

© 2023 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
© 2022 Welbeck Non-Fiction Limited, Londres
© 2022 del texto Emma Baxter-Wright

ISBN: 978-84-19785-22-0
Depósito legal: B.10190-2023
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



PEQUEÑO LIBRO DE

CHANEL
POR LAGERFELD

La historia del icónico diseñador de moda

BLUME

EMMA BAXTER-WRIGHT

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN..... 06
LOS INICIOS..... 10
EL RETO CHANEL..... 26
EVOLUCIÓN DE LA MARCA..... 40
UNA IDENTIDAD GLOBAL..... 62
LAS MUSAS DE CHANEL..... 82
EL ARTE DEL ATELIER..... 96
LAS ICÓNICAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS....116
LOS MEJORES DESFILES DEL PLANETA.....130
ÍNDICE.....156
CRÉDITOS.....160



UNA AMBICIÓN ÚNICA

El próspero puerto internacional de Hamburgo, situado en las fangosas orillas del río Elba, al norte de Alemania, fue el escenario de la infancia del joven Karl-Otto Lagerfeldt, nacido de padres de edad avanzada el 10 de septiembre de 1933.

Su madre solía hablarle de Hamburgo como «una puerta al mundo», pero para un niño que estaba convencido desde una temprana edad de que llegaría a ser famoso, el puerto era simplemente un punto de partida.

Otto Lagerfeldt, un hombre de negocios natural de Hamburgo y de 49 años, estaba viudo y tenía a su cargo una hija, Thea, cuando se casó en 1930 con una atractiva mujer prusiana divorciada. Elisabeth Lagerfeldt –de soltera Bahlmann– era diecisiete años menor que él, y dio a luz un año después a una niña, Martha Christiane, conocida como Christel, y dos años más tarde a un niño, Karl-Otto Lagerfeldt. En un principio, la familia vivió en la próspera zona de Baurs Park, pero tomó la decisión de mudarse antes de 1939 a una espaciosa casa en el pequeño pueblo de Bad Bramstedt,

PÁGINA ANTERIOR Fotografiado junto a su exquisito abrigo en 1954, diseño que ocupó el primer lugar en la International Wool Secretariat, competición anual organizada en París. El premio le aseguró su primer empleo profesional con Pierre Balmain.



PÁGINA ANTERIOR
La supermodelo canadiense Linda Evangelista ejemplifica el término *power dressing* («vestimenta de poder») en un vibrante cuero rojo, con una exagerada línea de hombros y muchas perlas de gran tamaño y cadenas doradas.

A diferencia de la propia Chanel, que nunca cogía un lápiz y creaba sus innovadoras piezas trabajando con glasilla y tejidos, remodelando las prendas con sus célebres tijeras para cortar y manipular el tejido, Lagerfeld era un prolífico y dotado dibujante. Desde niño había pasado horas absorto en libretas, lápices y libros, y ahora sus detallados bocetos, que ofrecían minuciosas representaciones de conjuntos acabados, con cada botón, pinza y costura colocados con precisión, eran lo bastante exactos para que los equipos de diseño interpretaran a la perfección sus visiones y cobraran vida. «Nací con un lápiz enganchado en la mano, y no recuerdo haber querido hacer otra cosa que lo que hago a día de hoy», declaró a *Vanity Fair* en 1992. Con una ética de trabajo extraordinariamente disciplinada, pues durante todo su recorrido en Chanel siguió diseñando para Fendi y para su propia firma, KL, además de aceptar encargos puntuales para otros proyectos artísticos, Lagerfeld seguía cada día las mismas rutinas creativas. Todas las mañanas trabajaba desde casa en los nuevos diseños de las colecciones venideras. Lo hacía dibujando de manera frenética en un bloc de papel ligero A4, un proceso rápido que hizo que muchas de sus ingeniosas ideas fueran desechadas. Lagerfeld, que trabajaba escuchando música y ataviado con una bata de piqué blanco para proteger su ropa de los residuos calcáreos de los colores pastel que utilizaba, en los últimos años, descubrió su preferencia por los tonos vibrantes de las sombras de ojos Shu Uemura para dar color. Le explicó la metodología de su proceso de trabajo a Bridget Foley, de *WWD*: «Soy dibujante porque me gusta dibujar. Pero mis bocetos de diseños son fáciles de interpretar. En los bocetos antiguos de la década de 1950 no hay detalles. En los míos, represento todos los detalles técnicos, y no dejan de parecer ilustraciones de moda. Pero esto es lo que me gusta. Me paso horas haciéndolo».



IZQUIERDA Lagerfeld se inspiró en las profundidades del fondo marino y presentó una colección dominada por los blancos translúcidos con un decorado submarino diseñado por Zaha Hadid.

PÁGINA SIGUIENTE Lagerfeld con Cara Delevingne en 2014 en uno de los decorados más ambiciosos jamás vistos. En el supermercado de Chanel se vendieron más de quinientos productos con ingeniosos cambios de marca, como la «Confiture de Gabrielle» y el agua embotellada «Eau de Chanel». Los chándales de *tweed* y las zapatillas deportivas iridiscentes fueron lo más destacado del desfile.

PÁGINAS 144-145 El desfile primavera-verano de 2015 mezcló temas masculinos y femeninos en una colección que reconocía la creciente demanda por la igualdad de género. Con modelos blandiendo megáfonos y pancartas que celebraban el individualismo, el activismo político nunca había sido tan colorido.

para hacer un comentario social sobre los cambiantes paisajes culturales de la sociedad.

Para la colección otoño-invierno de 2014, Lagerfeld instaló un supermercado de Chanel en pleno funcionamiento en el espectacular escenario del Grand Palais, con estanterías con más de quinientos productos básicos envasados uno a uno con la marca Chanel. Antes del desfile, periodistas especializados en moda e invitados paseaban por el decorado, ojeando productos como «Confiture de Gabrielle» o «Coco Chanel Coco Pops», divertidos ante los elevadísimos precios –12 500 dólares por una cesta de la compra Chanel– y la falta de ofertas de «dos por uno». Cuando las supermodelos llegaban para contonearse por los pasillos –Cara, Stella, Naomi–, cargadas con collares de caramelos de colores y portando cestas de la compra Chanel hechas a medida, lujosamente confeccionadas en cuero negro y adornadas con la característica cadena plana, fue difícil pasar por alto la crítica



La Casa Chanel no es sinónimo de un diseñador emblemático, sino de dos. Primero fue Gabrielle y luego Karl.

Pero Karl Lagerfeld no se limitó a continuar el legado de Gabrielle Chanel, sino que lo reinventó. Los productos icónicos de la Casa Chanel –el vestidito negro, el traje de *tweed*, la bisutería y la fragancia– se actualizaron con ingenio para la mujer moderna, mientras que los deseados accesorios estampados con el logotipo de la doble «C», reconocibles al instante, se convirtieron en símbolos universales de una elegancia lúdica.

El *Pequeño libro de Chanel por Lagerfeld* es una guía cuidadosamente ilustrada de los años que Lagerfeld trabajó en Chanel, desde su alta costura elaborada con gran exquisitez a los impresionantes e irreverentes desfiles que han hecho de Chanel la marca más ilustre del mundo.

PEQUEÑOS LIBROS DE MODA



BLUME

FSC www.fsc.org
MIXTO
Papel procedente de fuentes responsables
FSC® C144853

ISBN 978-84-19785-22-0

9 788419 785220