

Referentes de estilo

CHANEL N°5



la fragancia icónica

ELFOS

Chiara Pasqualetti Johnson



Titulo original *Chanel N° 5, Icons of Style*

Proyecto editorial Valeria Monforte de Fabiaris / Consulting D&D

Diseño Bianco Tangerine

Traducción Carolina Bastida Serra

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 2026

© 2026 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

WS whitestar® es una marca registrada de White Star s.r.l.

© 2026 White Star s.r.l. Piazzale Luigi Cadorna, 6

20123 Milán, Italia www.whitestar.it

ISBN: 979-13-88023-57-6

Depósito legal: B. 12065-2026

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



Edición no oficial y no autorizada. Los editores han realizado todos los esfuerzos posibles por localizar o contactar a los titulares de los derechos correspondientes y está dispuesto a corregir cualquier error u omisión.

Referentes de estilo

CHANEL

N° 5

la fragancia icónica

ELFOS

Chiara Pasqualetti Johnson



CONTENIDO

00 INTRODUCCIÓN página 4

01 COCO, LA
ALQUIMISTA
REBELDE
página 8

02 UNA FÓRMULA
(CASI) SECRETA
página 20

03 EL FRASCO
COMO
MANIFIESTO
página 36

04 MARILYN
Y LAS DEMÁS
página 50

05 TODOS LOS
NÚMEROS
DE N° 5
página 68

06 ARTE, POP Y
PROVOCACIÓN
página 74

07 N° 5,
CONFIDENCIAL
página 90

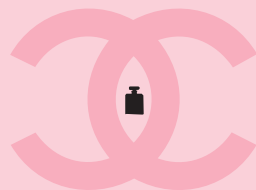
08 UNA LEYENDA
ETERNA
página 98

09 NO SOLO
PERFUME
página 114

10 QUÉ SE DICE
SOBRE N° 5
página 134



COCO, LA ALQUIMISTA REBELDE



París, invierno de 1923. En una mesa del hotel Ritz, un cigarrillo olvidado se consume lentamente. La ceniza cae en silencio sobre el mantel de lino blanco. Ante una ventana, una mujer vestida de negro contempla la Place Vendôme. Tiene cuarenta años y el mundo está a sus pies. Su nombre es Gabrielle Chanel, pero hace años que nadie la llama así. Todo el mundo la llama Coco.

Detrás de su perfecta silueta se esconde una de las biografías más formidables del siglo. Una infancia en un orfanato, una adolescencia hecha de costuras y silencio, una juventud pasada en *cafés chantants*, entre hombres ricos y promesas vacías. Y, por fin, el ascenso: moda, independencia, éxito. Esta es la historia de una mujer que nunca pidió permiso.

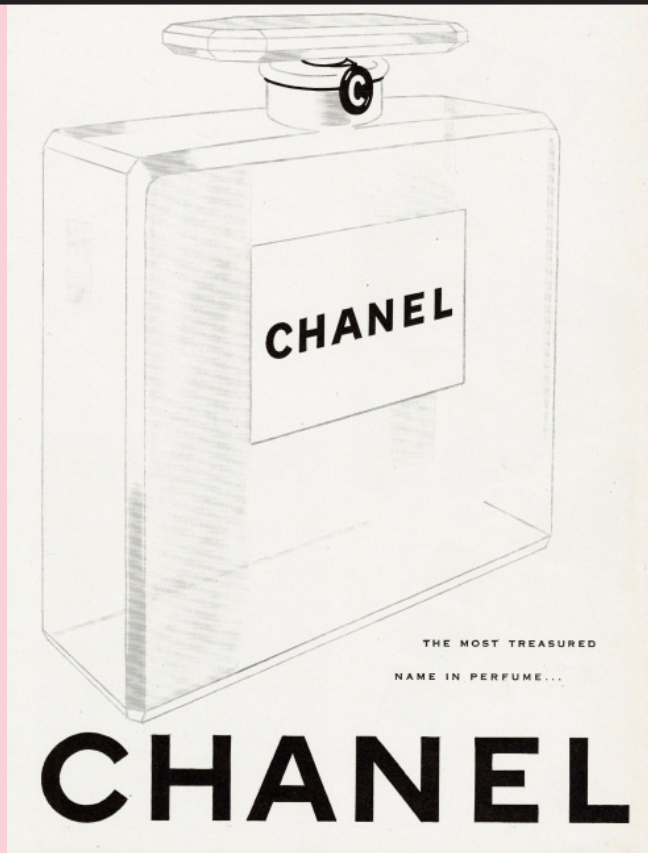


La firma invisible

En esa época, se estaba gestando el diseño moderno. Pero Coco encarnaba instintivamente su filosofía. Poseía la mente de una arquitecta racionalista y la intuición de una artista de vanguardia: sabía que las líneas simples no nacían del vacío, sino del control. La botella de N° 5 reflejaba la Bauhaus, la pintura abstracta y el gusto por la esencialidad. La paradoja es que esa pobreza era lo que le confería su riqueza de significado. Porque en su aparente simplicidad, N° 5

se convirtió en un objeto universal. «No es una botella, sino una idea», escribiría muchos años después un crítico del *New Yorker*. Desde el principio, Chanel N° 5 se convirtió en un símbolo, como un cigarrillo o una perla. Coco, que siempre había desconfiado de los adornos, lo imaginó de esta manera: «Quiero que parezca un vaso de agua junto a un cristal de Baccarat». No tenía que ser precioso, tenía que ser atemporal. Y esa es la diferencia entre el lujo y el estilo.





Los primeros frascos se sellaron con cera negra. Cada uno se tapó a mano y se le aplicó el sello de las dos C entrelazadas, que aparecía por primera vez como el símbolo de Chanel. Diseñado como una firma oculta, el logotipo se convirtió en un vínculo secreto entre la creadora y la propietaria del objeto. Coco también decidió suprimir la palabra *parfum* del envase, que era costumbre incluir en la época. Solo un nombre, como una firma en un lienzo de Mondrian. En 1921, nadie se había aventurado tanto: quitar

en lugar de añadir. La simplicidad se convirtió en una forma de provocación. Sobre esa forma de líneas cuadradas, sencilla y transparente, se añadió una etiqueta minimalista: un rectángulo de color crema con las palabras «N° 5 Chanel Paris» en una austera tipografía de palo seco. Enamorada de la simplicidad y el rigor, Coco reveló en esa elección todo lo que había absorbido de su vínculo constante con Picasso y sus amigos artistas; tanto, que el perfume parecía una obra de arte moderna, casi abstracta.

De la publicidad al arte (y viceversa)

Si el siglo xx marcó la entrada de Chanel N° 5 en el olimpo de la cultura pop, el siglo xxi lo está reinventando como un fragmento de la memoria colectiva. Robert Mars, con sus lienzos que superponen logotipos y símbolos de estética glamurosa, a menudo coloca el frasco entre estrellas de Hollywood y recortes *vintage*; John Stango, heredero declarado del *pop art*, lo transforma en un objeto extravagante, a medio camino entre el cómic y el manifiesto; Tyler Shields,

un fotógrafo irreverente, lo utiliza como detonante de provocaciones visuales, lo quema o inmortaliza entre modelos que lo sostienen como un trofeo. Mientras tanto, artistas como Norman Gekko lo desmontan, literalmente, para recomponer su forma en coloridas esculturas.

Derecha: *Audrey Chanel Blue*, de John Stango, 2024. Inferior: la escultura *Jackson Pollock Chanel N°5*, de Norman Gekko, 2021. Páginas siguientes: *How Do U Want It*, del artista Robert Mars, 2018.



CHANEL



Dos gotas bastan para cambiar el mundo. Creado por Coco Chanel en 1921, Chanel N° 5 se ha convertido en mucho más que un perfume. Contenido en su inconfundible frasco transparente, es un icono absoluto de estilo y feminidad.

Este libro, ilustrado con más de 100 imágenes, relata el nacimiento, los secretos y el éxito de la fragancia más famosa de la historia. Una leyenda eterna, adorada por Marilyn Monroe y homenajeada por Andy Warhol; protagonista en anuncios inolvidables y en las vidas de millones de mujeres.

«¿Qué llevo para dormir?
Dos gotas de Chanel N° 5».

Marilyn Monroe

