ALTA COSTURA: ANÁLISE DO LEGADO DA MARCA CHANEL

HAUTE COUTURE: ANALYSIS OF THE LEGACY OF THE CHANEL BRAND

Bruna Bononomi [1]
Thaissa Schneider [2]

RESUMO: Este estudo investiga como o legado da marca Chanel, estabelecido por Coco Chanel, é refletido e reinterpretado nas coleções contemporâneas de alta-costura. O objetivo geral deste artigo científico foi analisar como o legado histórico da marca Chanel, criado por sua fundadora Coco Chanel, é apresentado e reinterpretado nas coleções contemporâneas da alta-costura, destacando os elementos que permanecem constantes e as inovações introduzidas ao longo dos anos. A pesquisa, de natureza aplicada, com abordagem qualitativa e descritiva, analisa a interação entre o passado e o presente na moda, destacando elementos que permanecem constantes e inovações introduzidas ao longo do tempo. Ao comparar coleções históricas e atuais, identificam-se a continuidade e as mudanças na estética, no design e na filosofia da marca, demonstrando a relevância contínua do legado Chanel. Com objetivos específicos de compreender a alta-costura e a trajetória da marca e sua fundadora, a pesquisa explora as releituras dos designers sucessores como Karl Lagerfeld e Virginie Viard, ressaltando a influência duradoura e o impacto da marca no cenário contemporâneo da moda.

Palavras-chave: alta-costura; Chanel; legado Chanel.

ABSTRACT: *This study examines how the legacy of the Chanel brand, established by Coco Chanel, is reflected and reinterpreted in contemporary haute couture collections. The main objective of this article is to analyze how the historical legacy of Chanel, created by its founder Coco Chanel, is presented and reinterpreted in modern haute couture, highlighting both enduring elements and innovations introduced over time. The applied research uses the qualitative and descriptive approach to explore the interaction between past and present in fashion. By comparing historical and contemporary collections, the study identifies continuities and transformations in the brand's aesthetics, design, and philosophy, demonstrating the lasting relevance of the Chanel legacy. Aiming to understand haute couture and the evolution of the brand and its founder, the research also examines reinterpretations by successor designers such as Karl Lagerfeld and Virginie Viard, emphasizing the brand's enduring influence and the impact on the contemporary fashion landscape.*

Keywords: *Haute couture; Chanel; Chanel legacy.*

1 INTRODUÇÃO

A alta-costura é uma expressão de criatividade, exclusividade e habilidade artesanal no universo da moda. Ela se caracteriza pela produção de peças únicas, feitas sob medida, utilizando os mais nobres materiais e técnicas manuais sofisticados. Além de ser um símbolo de status e luxo, a alta-costura é um campo de experimentação artística e técnica, permitindo que

1 Egressa do curso de Design de Moda da UNIFEBE. bruna.bononomi@unifebe.edu.br

2 Mestre em Design – Fatores Humanos. UNIFEBE; UNISENAI; UDESC. thaissa@unifebe.edu.br

estilistas explorem novos conceitos, formas e acabamentos que, por sua vez, influenciam a moda em uma escala mais ampla.

Originada em Paris no século XIX. Para que uma casa de moda seja reconhecida oficialmente como uma *Maison* de *Haute Couture*, é necessário que ela cumpra rigorosos critérios estabelecidos pela *Chambre Syndicale de la Haute Couture* (Posner, 2011).

A alta-costura surgiu em 1858, e o estilista Charles-Frédéric Worth é considerado o pai da alta-costura. Atribui-se também a ele a criação do primeiro salão de moda (*maison*), onde não era Worth que ia até as damas da sociedade, mas elas que iam até a sua *maison*, para escolher as roupas por meio de desenhos feitos à mão pelo próprio Worth ou em modelos vivos vestidas com as suas roupas.

Como tal, a alta-costura continua sendo um campo no qual a criatividade e a habilidade artesanal são valorizadas e sua capacidade de reagir às mudanças culturais e tecnológicas garante que a alta costura continue a dominar o cenário global da moda por muitos anos. De outro modo, a alta-costura no século XXI continua a ser um campo fascinante, cuja tradição e inovação se encontram de formas inesperadas (Carmo, 2019; Sousa, 2015).

A moda de alta-costura, com seus valores adicionais de qualidade, artesanato e exclusividade, sofreu sérias mudanças em resposta a isso, culturais e tecnológicas da era moderna. Além disso, a alta-costura do século XXI tem muito em comum com o vestuário do passado, mas ainda tem outra coisa importante em comum: a sua capacidade de abraçar o futuro por meio de suas conexões com o passado (Carmo, 2019; Sousa, 2015).

A marca Chanel é um dos ícones mais emblemáticos da alta-costura, com uma história profundamente enraizada na tradição e na inovação que caracterizam este segmento da moda.

> 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 N.° 5 (Lisboa; Góes, 2020, p. 261).

Sob a liderança de Karl Lagerfeld por mais de três décadas e, atualmente, de Virginie Viard, Chanel continua a redefinir o conceito de luxo por meio de suas coleções de alta-costura, combinando a herança clássica da marca com uma visão contemporânea.

Cada desfile de alta-costura da Chanel é um espetáculo de criatividade, cujos códigos da *maison*, como o *tweed*, as pérolas e os cortes impecáveis, são reinventados para refletir as demandas e sensibilidades modernas, mantendo a relevância da alta-costura no mundo atual.

Dessa forma, este trabalho procura responder: como o legado da marca Chanel, estabelecido durante seu início, é refletido e reinterpretado nas coleções contemporâneas de alta costura da marca?

Examinar como o legado da Chanel é espelhado e reimaginado nas coleções de hoje, o que oferece uma oportunidade para explorar a interação entre história e a contemporaneidade na moda. Também aprimora a compreensão do impacto duradouro da marca icônica no cenário contemporâneo.

> As mulheres da alta-costura, realizando as reformulações necessárias para a modernização da indumentária feminina – mudanças que conseguiram implementar recorrendo a uma nova cultura visual –, desempenharam um papel importante na reversão desse processo, promovendo uma revolução parcial no domínio da moda (Ramos, 2016, p. 78).

Com o passar dos anos, Chanel continuou a influenciar a moda, adaptando seu legado às tendências contemporâneas. Este estudo é relevante para entender como os elementos tradicionais da marca são preservados e reinterpretados, garantindo sua continuidade e relevância no cenário moderno da alta-costura.

O objetivo geral deste artigo científico é analisar como o legado histórico da marca Chanel, criado por sua fundadora Coco Chanel, é apresentado e reinterpretado nas coleções contemporâneas da alta-costura, destacando os elementos que permanecem constantes e as inovações introduzidas ao longo dos anos.

Ao se comparar, as coleções históricas e contemporâneas da Chanel revelam-se continuidades e rupturas no design, estética e filosofia da marca. Esta comparação destaca a relevância duradoura do legado da Chanel no contexto atual. Também esclarece como as contribuições da estilista são percebidas e valorizadas na moda contemporânea, mostrando a influência significativa da marca na indústria da moda.

Assim, além do objetivo geral desta pesquisa, os objetivos específicos consistem em entender o que é a alta-costura, e identificar e descrever a trajetória da marca Chanel, assim como a da sua criadora Gabrielle Coco Chanel; a partir disso fazer comparações dos estilistas que vieram depois da Chanel, verificar como elas faziam as releituras das criações da Gabrielle.

A justificativa para este estudo está embasada na relevância histórica e cultural da marca Chanel, que se consolidou como um ícone de inovação e sofisticação na moda mundial. A análise do legado de Coco Chanel e sua continuidade ou transformação nas coleções contemporâneas da alta-costura é essencial para compreender como a herança de uma marca influencia e se adapta às demandas do mercado e às mudanças sociais e culturais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, será apresentada a pesquisa bibliográfica que deu embasamento para assuntos sobre alta-costura, a marca Chanel e a análise dos códigos da Chanel.

2.1. ALTA-COSTURA: DA SUA ORIGEM ATÉ A ATUALIDADE.

A moda, como sistema complexo e multifacetado, pode ser organizada em diferentes categorias que refletem tanto a exclusividade quanto o alcance das criações. A moda é dividida em cinco classes, que podem ser analisadas e vistas na pirâmide (Figura 1).

No topo da pirâmide, encontramos a alta-costura e as roupas sob medida, com o objetivo de fazer roupas exclusivas produzidas manualmente e com alto valor agregado. Em seu topo, encontramos a alta-costura e as roupas sob medida, com o objetivo de fazer roupas exclusivas produzidas manualmente e com alto valor agregado. Podemos analisar na Figura 1, em que são apresentadas as principais divisões dos setores de moda, que Posner (2011) chama de hierarquia básica da moda.

Figura 1 – Pirâmide das classes da moda



Fonte: Adaptado de Posner (2011, p. 13)

Nessa estrutura hierárquica, a alta-costura se destaca não apenas pela exclusividade, mas também pela regulamentação que a envolve. Como ressalta Posner (2011, p. 12): “O termo ‘alta-costura’ é protegido por lei e regido por regras rígidas, estabelecidas pela Chambre Syndicale de La Haute Couture (Câmara Sindical da Alta-costura) de Paris”. Essa proteção legal reforça o status da alta-costura como exclusiva, garantindo que as peças produzidas nessa categoria mantenham um alto valor agregado, com um certo padrão de qualidade.

A prática da alta-costura surgiu em Paris, no século XIX, por volta de 1860, com a primeira casa de criação de moda do costureiro Charles Frederick Worth. Nesse segmento, os costureiros tinham a responsabilidade de escolher os tecidos, cuidar de toda a produção, distribuição e a “apresentação de sua coleção em modelos vivos com o intuito de chamar mais a atenção do seu público, sendo escolhidas pelas clientes de mais prestígio e com status mais elevado na sociedade, sendo reproduzidas sob uma rígida lei e com preços altos” (Avelar, 2011, p. 51).

Worth foi o primeiro nome da indústria da moda a ser reconhecido, pelo seu trabalho por antecipar as dinâmicas da moda contemporânea, “justamente por ter passado a criar roupas sugerindo um modelo e não mais servindo apenas a reis e rainhas de acordo com seus desejos imperativos” (Avelar, 2011, p. 51). Essa inovação se concretizou em seu ateliê que, de acordo com Porto (2022, p. 18):

> O ateliê localizado na 7 Rue de la Paix foi fundado pelo inglês Charles Frederick Worth, que com o objetivo de ser aceito no mercado majoritariamente francês e feminino, mudou os hábitos de consumo de moda da época. Worth passou a atender mulheres da aristocracia francesa e do mundo todo, transformando o processo de produção e consumo de roupas.

Assim, a origem da alta-costura é atribuída a Worth, que teve seu início na moda como alfaiate em Paris. Segundo Porto (2022), ele organizava apresentações de coleções sazonais, realizando vários desfiles para suas clientes, mostrando o caimento e materiais de suas peças, que eram eleitas as mais caras de Paris.

Nos primeiros anos, as *maisons* de Paris eram o epicentro da criatividade e da inovação, estabelecendo padrões que definiriam o que significava vestir-se com requinte. A alta-costura foi marcada por criações exclusivas, feitas sob medida para uma elite privilegiada, refletindo o status e a opulência da época.

No entanto, à medida que o mundo da moda evoluiu, a alta-costura também se transformou. Ela continua a ser uma prática originalmente parisiense, mantendo-se na cidade onde foi criada. De acordo com Ábile (2024, p. 23):

> Ao final do século XX, é notável que a Alta-Costura adquire um alcance global. Ela é oficialmente reconhecida como parte do patrimônio francês; as exposições e museus dedicados a ela se multiplicam; sua especificidade nacional e seu *savoir-faire* são destacados; o trabalho de seus artesãos e funcionários é reconhecido.

Dessa forma, para uma marca ser qualificada como Alta-costura, é necessário estar registrada no sindicato da Alta-costura e ter um ateliê em Paris (Avelar, 2011). Essa regulamentação é reforçada por Posner (2011, p. 12):

> Para ser classificada como alta-costura bona fide (do latim, autêntica), uma casa de moda deve criar peças de roupa sob encomenda para clientes particulares, produzir duas coleções por ano (uma em janeiro e outra em junho), empregar um mínimo de vinte pessoas em regime integral, ter um ateliê em Paris e apresentar em passarela um conjunto mínimo de modelos (ou 'saídas', como são chamados), tanto para a noite como para o dia.

Embora as regras tradicionais estabelecidas pela *Chambre Syndicale* ainda definam os parâmetros da alta-costura, o cenário contemporâneo tem exigido adaptações. Com o avanço da tecnologia, o aumento da conscientização sobre sustentabilidade e a demanda por diversidade e inclusão, as *maisons* de alta-costura têm reavaliado seus processos e práticas. Hoje, além da excelência artesanal, que continua sendo a essência da alta-costura, as marcas buscam incorporar inovações tecnológicas alinhando-se às expectativas do consumidor moderno.

Lima (2015, p. 12) explica que "atualmente até mesmo marcas referência da alta-costura no mundo estão buscando meios de atingir o consumidor de forma eficiente, ou seja, conseguir gerar desejo de compra no seu mercado-alvo", o que reflete a crescente necessidade de adaptação das grifes a um público mais diversificado e global.

Esse movimento reflete uma transformação no comportamento do mercado de luxo, que se torna cada vez mais globalizado. A alta-costura, antes voltada majoritariamente para uma elite europeia, agora encontra grande parte de suas consumidoras fora do continente. Como afirma Santos (2017, p. 19), "Apesar de a França ser o único país a deter os poderes absolutos sobre o setor da alta-costura, a maior percentagem de usuárias desse produto não é francesa; a própria Europa não adquire nem a metade da produção". Essa mudança reforça a necessidade das *maisons* adaptarem suas estratégias, visando atender a um público internacional diverso, sem perder o caráter exclusivo que define a alta costura.

Marcas de alta-costura buscam se adaptar a essa nova realidade, apostando em estratégias de marketing digital, desfiles transmitidos globalmente e colaborações com

influenciadores para atrair esse consumidor internacional, que valoriza a exclusividade, a personalização e o *status* que esses produtos oferecem. Dessa forma, essas marcas estão cada vez mais conscientes da necessidade de mesclar tradição e inovação para continuar relevantes e desejadas em um cenário global competitivo.

Jones (2011) explica que essas marcas pertencem a um seleto grupo de *maisons* que apresentam suas coleções de alta-costura durante as semanas de moda de Paris; e cada uma delas traz a sua própria assinatura, seu próprio estilo. Essa exclusividade reflete a sofisticação e o cuidado artesanal intrínsecos a esse segmento e ainda reforça o papel central da alta-costura no cenário global da moda, mantendo-se como um segmento da moda que transcende tendências passageiras.

Portanto, ao unir tradição, inovação e singularidade criativa, as *maisons* de alta-costura continuam a desempenhar um papel crucial na perpetuação do luxo, sendo referências tanto culturais quanto comerciais. Em um mercado cada vez mais diversificado e globalizado, essas marcas permanecem como símbolos de *status* e prestígio, preservando a essência da moda em sua forma mais elevada.

2.2 CHANEL: A TRAJETÓRIA DE UMA MARCA

Chanel tem uma personalidade icônica, sendo uma referência de estilo na moda dentro da sua época, tornando-se uma mulher moderna, ela reinventou a forma de fazer moda e se vestir, com isso, sua atitude e seu comportamento não se igualavam ao seu tempo, tendo sempre uma visão à frente da sua época.

Gabrielle Bonheur Chanel, como era chamada, nasceu em Saumur na França no dia 19 de agosto de 1883, sob o signo de leão. Giordani (2013, p. 10) fala que “a marca teve sua origem no ano de 1910, quando Gabrielle Chanel abriu a primeira loja com seu nome, uma chapelaria na Rua Cambon, em Paris”.

> A história da marca Chanel está intrinsecamente relacionada com a história de sua criadora, Gabrielle Chanel. Além de criadora, durante mais de 50 anos Gabrielle esteve à frente da Maison Francesa, apresentando ao mundo inovação e reinvenções para o guarda-roupa feminino, lançando moda que seria vista, apreciada e idolatrada nos quatro cantos do mundo (Giordani, 2013, p. 30).

Pouco se sabe sobre os primeiros anos de Gabrielle. Ela foi a segunda filha de uma jovem camponesa chamada Jeanne Devolles com seu namorado Albert Chanel. Quando Jeanne morreu, prematuramente, Albert deixou Gabrielle e suas duas irmãs em um orfanato administrado por freiras (Baxter-Wright, 2022).

Quando ela completou a maior idade, ela foi acolhida por sua tia por parte de pai que era só um ano mais velha do que ela. Adrienne já estudava em Moulins na escola de Notre-Dame, quando a sua sobrinha começou a estudar lá. Giordani (2013, p. 31) diz que Gabrielle “era tratada de forma diferente, pois estava na escola por caridade”.

Por meio da madre superior da escola Notre-Dame, Adrienne e Gabrielle conseguiram o seu primeiro emprego em uma loja de tecidos, sendo costureiras e vendedoras. Elas moravam em cima da loja em que trabalhavam e dividiam um quarto, para se manter, nos finais de semana, ambas trabalhavam para um alfaiate, fazendo ajustes nas roupas dos oficiais. Giordani (2013, p. 31) explica que Gabrielle e Adrienne:

> Começaram a ser convidadas para ir ao LA Rotonde, uma estrutura que era montada num parque de Moulins, onde eram apresentados espetáculos para as tropas da cidade, e foi neste local em que Gabrielle começou a se apresentar como cantora, inicialmente acompanhada de Adrienne, depois sozinha. Foi onde Gabrielle se tornou Coco, graças a uma das duas únicas canções de seu repertório, 'Qui qu'a vu Coco?'

Duarte (2012) afirma que a partir desse momento Chanel seria conhecida como Coco e já mostrava para que veio ao mundo. Ela não se preocupava em ser boazinha ou em agir de acordo com as regras da alta sociedade, a não ser aquelas criadas por ela mesma. Chanel traçava seu próprio caminho, desafiando convenções, com uma visão revolucionária que transformaria a moda para sempre.

Essa postura de independência e rebeldia pode ser entendida como uma resposta ao seu passado. Gabrielle ao longo da sua vida lutou com todas as suas forças para ninguém saber a sua história familiar; ela inventou muitas histórias para ocultar a vergonha e a dor de uma infância pobre e solitária; e a solidão a acompanhou até o final de seus dias. "Chanel sempre foi uma mulher solitária, que tentava mascarar as feridas de uma vida sofrida para manter sua reputação profissional" (Vieira, 2011, p. 21). Em 10 de janeiro de 1971, aos 87 anos, Chanel faleceu em sua suíte no Hotel Ritz, em Paris.

Coco era revolucionária, segundo Baxter-Wright (2022, p.19): "Detestava os chapéus pesados da era Belle Époque, que causavam dor de cabeça e eram cheios de plumagens e rendas". Então passou a desenvolver chapéus em uma estética mais simples.

Chanel começou seu negócio, nas instalações da Rue Cambon, n.º 21, em Paris, vendendo os chapéus que já produzia. Os chapéus receberam elogios na influente revista *Les Modes* e passaram a ser procurados por atrizes de teatro e cantoras famosas da época (Baxter-Wright, 2022).

Após o sucesso dos chapéus, Coco "que era esbelta e esportiva, tinha outras ideias, e sua vontade de ser independente foi a base da coleção de roupas da sua primeira boutique, aberta em Deauville, em 1913" (Baxter-Wright, 2022, p. 20).

As primeiras peças de Chanel foram criadas baseadas no reflexo da sua "própria necessidade de viver livremente e de se opor à repressão às mulheres" (Baxter-Wright, 2022, p. 20). "Chanel teve a sensibilidade de elaborar vestimentas mais funcionais para o novo perfil feminino, surgindo então o estilo andrógeno" (Romeiro, 2014, p. 4).

Chanel não parou por aí, ela continuou inovando o universo da moda, utilizando tecidos de baixo custo como *tailleurs* de jérsei. Esse lançamento em 1916 foi um choque para a sociedade da época. A ousadia de Chanel em desafiar as normas da moda da época não se restringiu apenas à escolha de tecidos inovadores.

Seu espírito revolucionário também se manifestou em outros aspectos de sua marca, como na perfumaria; a criação do perfume Chanel n.º 5 em 1921 marcou um novo capítulo, levando sua visão vanguardista para além das roupas e consolidando seu legado como ícone de inovação. "Chanel pediu a Beaux que desenvolvesse um perfume para ela e recomendou que ele não seguisse os conceitos tradicionais de perfumes florais existentes na época" (Romeiro, 2014, p. 5). Com o intuito de não ser apenas o novo conceito da fragrância tradicional, foi criado um perfume que marcasse as pessoas, dando-lhe o nome de Chanel N.º 5.

Em 1925, Chanel iniciou uma parceria romântica com Hugh, o duque de Westminster, que influenciou muito a moda. Forneceu uma empresa de tecelagem para sua própria lã para o terno Chanel Tweed. O duque mostrou à Chanel a alfaiataria inglesa, o que ajudou a tornar seus designs mais sofisticados.

> Ao usar materiais pouco nobres, ao fazer com que os seus modelos se assemelhassem a pessoas comuns, Chanel conseguia obter uma forma máxima de distinção, precisamente a da não distinção: as suas criações opõem-se ao vestuário ostensivo e conspicuamente exibicionista que caracterizava a moda precedente (Rosa, 2013, p. 66).

Romeiro (2014) fala que as mulheres começaram a copiar o que Chanel fazia, como usar suéteres masculinos, e também usavam itens como blusas estilo marinheiro. Seu estilo é distintamente caracterizado por um esquema de cores exclusivo em azul-marinho e branco. Com base nessa experiência desencadeou a determinação de utilizar o preto em suas coleções, com isso Chanel lançou em 1926, a *la petite robe noir* também conhecido como o pretinho básico, utilizado na moda foi mais uma inovação inédita de Coco Chanel. Antes disso, essa cor era só utilizada para o luto, fala-se que a inspiração desse modelo foi o uniforme que Coco usava no orfanato. "A revolução na moda criada por Gabrielle 'Coco' Chanel, nomeadamente durante a década de 20 do século passado, consistiu no corte definitivo com as formas ostensivamente conspícuas do luxo e da moda mais tradicional" (Rosa, 2013, p. 65).

Chanel também tem como marca registrada os colares de pérolas, dando início a mais uma criação de moda, com o sucesso dos colares de pérolas, Coco decidiu iniciar a sua própria produção de semijoias e passou a criar joias verdadeiras e falsas usando diamantes e vidro, inspirando-se em colares de pérolas para produzir imitações acessíveis, inovando em fabricar brincos de pérolas sintéticas em diversas cores. Ela foi pioneira das '*Faux Bijou*', enfatizando que a aparência das joias era mais importante que o material (Boava, 2012).

Baxter-Wright (2022) fala que em 1955 Chanel lançou mais um ícone da moda, a sua bolsa 2.55. Ela não foi a primeira bolsa que Chanel lançou, mas foi a única bolsa que simbolizou a filosofia do design Chanel. A bolsa recebeu o nome de 2.55, pois ela foi lançada em fevereiro de 1955, mantendo o padrão do nome do seu perfume Chanel N° 5. Gabrielle decidiu colocar o nome da sua bolsa de 2,55. Coco sempre perdia as suas bolsas, por esse motivo ela acrescentou uma alça para o ombro. "Para a coleção outono-inverno 1995, Chanel fez duas versões da bolsa 2.55: uma para o dia (fabricada em couro macio de cordeiro, forte, mas flexível) e uma na versão noturna (feita em jérsei de seda)" (Baxter-Wright 2022, p. 142).

Lucas (2016) menciona que mesmo em seus últimos anos, Chanel continuava no comando de seu império; a folha de pagamento em 1963 da *Maison* tinha 400 funcionários na ativa, um sétimo do que foi no passado. Coco Chanel, com 85 anos, ainda estava comandando o seu império, que tinha um lucro de aproximadamente160 milhões de dólares por ano. Dois anos depois, foi anunciado a morte de Coco Chanel, ela morreu solitária no seu quarto em 1971, no dia 10 de janeiro, aos 87 anos, no Hotel Ritz em Paris, onde vivia há vários anos.

> O desfile da última coleção criada por Coco transformou-se numa retrospectiva emocionada da obra de alguém que, por não estar no topo da escada espelhada – de onde costumava assistir seus desfiles quando estava viva – fez-se ainda mais presente (Lucas 2016, p. 186).

A trajetória de Coco Chanel excede os limites do tempo, evidenciando sua revolução na moda e no comportamento feminino, sendo a teoria e a prática andavam lado a lado. Com suas criações inovadoras, Chanel acabou com os estereótipos femininos antigos, colocando o sexo 'fraco' como o detentor do novo padrão de estética. A influência de Coco Chanel em nosso vestuário é incrivelmente vívida – suas roupas projetam traços de praticidade e simplicidade. Como resultado, é possível afirmar que Coco Chanel está entre os maiores estilistas de todos os tempos. Sua influência nas possibilidades da moda veste-se até hoje.

Após a morte de Gabrielle Chanel, o seu cargo ficou desocupado por 12 anos até Karl Lagerfeld assumir o cargo em 1983 como diretor artístico da Chanel. “Mas enquanto a carreira de Karl estava em ascensão, a Chanel vivia de mesmices e insucessos; foi com a entrada de Karl na direção criativa e no estilo da grife que Chanel conseguiu voltar a ganhar destaque no mundo da moda [...]” (Boava, 2012, p. 82).

Chanel News (2024) menciona que Karl mudou a silhueta da marca que permanecia desde 1960, mudando-a para a silhueta dos anos 1980 com inclusão de ombreiras, saias curtas e ajustadas ao corpo, diminuindo ou ampliando as joias e bolsas e aumentando os tamanhos dos saltos. A transformação da silhueta da Chanel, promovida por Karl Lagerfeld, não apenas modernizou o legado de Coco Chanel, mas também dialogou com as tendências de moda que marcaram a história dos anos 1980.

Baxter-Wright (2022, p. 109) enfatiza que “sob sua magistral liderança, Chanel elevou-se como uma fênix a uma posição de domínio mundial. Sua genialidade consistiu em incluir uma vertente mais jovem e moderna nas coleções”, comenta que após Karl assumir a marca Chanel, ele apostou em desfiles com espetáculos, Lagerfeld junta a Alta-Costura com as linhas artísticas, e isso fez com que os desfiles de moda se tornaram acontecimentos midiáticos.

> A missão de Lagerfeld era trabalhar com os elementos dos conceitos originais de Chanel, usando o que encontrou nos arquivos como trampolim para reinterpretar e rejuvenescer aquilo que, na verdade, havia se tornado certo e previsível. [...] Ele os usava como ponto de referência, identificando o espírito do passado, absorvendo e descartando conforme o necessário para produzir algo inesperadamente novo (Baxter-Wright, 2022, p. 109-110).

Lagerfeld permaneceu no cargo de diretor artístico da marca Chanel durante 36 anos, até à sua morte, em 2019. “Após a morte de Karl Lagerfeld, Virginie Viard foi nomeada diretora criativa da Chanel e, apesar de curta a sua carreira neste papel, já é visível a sua importância visto ser a segunda mulher nesta posição” (Gouveia, 2019, p. 2).

Viard, que iniciou os trabalhos na grife ainda como estagiária em 1987, foi vice de Karl durante décadas. A relação de trabalho da dupla era tão estreita que o designer alemão a descreveu, certa vez, como ‘meu braço direito e esquerdo’. Dando início à “Sua nomeação como sucessora não foi nenhuma surpresa. Na época, a Chanel reiterou que a decisão foi tomada para que o legado de Gabrielle Chanel e Karl Lagerfeld pudesse viver” (Chung, 2024, [n.p.]).

Atualmente, Virginie Viard, aos 62 anos, deixou a Chanel, em 2024, após cinco anos atuando na direção artística de coleções de moda da casa de luxo francesa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foi realizada uma pesquisa de natureza aplicada, com abordagem qualitativa e descritiva quanto aos objetivos. Os procedimentos técnicos utilizados foram a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso sobre a marca Chanel, os códigos e o legado da marca.

A pesquisa descritiva, segundo Santos e Nascimento (2024, p. 16), visa “à observação, registro, análise e correlação de fenômenos ou fatos em um contexto, na busca da frequência com que eles ocorrem”. A pesquisa bibliográfica busca o levantamento e análise dos documentos publicados sobre o tema a ser pesquisado com intuito de atualizar, desenvolver o conhecimento e contribuir com a realização da pesquisa.

Após o embasamento teórico, foi realizado um estudo de caso. Defendem que a 'metodologia qualitativa tradicionalmente se identifica com o estudo de caso'. O estudo de caso, segundo Gil (2022, p. 121), intenciona a "observação, registro, análise e correlação de fenômenos ou fatos em um contexto". Ele tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A Maison Chanel é amplamente reconhecida como um dos maiores ícones da moda mundial, não apenas pela elegância de suas criações, mas também pelos códigos estéticos e simbólicos que se tornaram elementos distintivos da marca. Ao longo das décadas, sob a direção de Gabrielle 'Coco' Chanel e, posteriormente, de Karl Lagerfeld e Virgine Viard, Chanel desenvolveu um repertório de códigos visuais e estéticos que transcendem as tendências passageiras e sustentam uma identidade sólida e sofisticada. Esses códigos, que incluem o uso do preto, o tweed, a camélia, as pérolas, entre outros, são elementos que vão além da estética e promovem um sentido de atemporalidade e inovação dentro do universo de moda e luxo.

Baxter-Wright (2022, p. 112) explica que, quando Lagerfeld fez a sua estreia na Maison Chanel, em 1983, escolheu as peças básicas – o terno tweed, o colar de pérolas, a bolsa matelassê – "e modificou elementos antes de representá-los de uma forma que deve ter surpreendido os puristas".

Nesta seção, a análise dos códigos da Chanel será realizada abordando como alguns elementos constroem e comunicam o DNA da marca. A intenção é explorar como esses códigos não só refletem o espírito criativo de Coco Chanel, mas também se adaptam às transformações contemporâneas da moda sem perder a autenticidade. Serão considerados aspectos históricos e culturais que contribuíram para o estabelecimento desses símbolos e a forma como eles foram reinterpretados por diferentes diretores criativos ao longo do tempo, consolidando Chanel como um sinônimo de elegância, modernidade e exclusividade.

4.1 O TERNO CHANEL, CONJUNTO DE TWEED

Gabrielle Chanel deu início a um grande legado, sempre sendo à frente da sua época, sempre inovando tudo o que tocava ela; foi considerada uma das estilistas mais influentes do século 20. Com a criação da marca Coco Chanel, em 1883 ocorreu o início a uma moda mais feminina, criando peças mais elegantes mais ao mesmo tempo funcional que nunca tinham sido vistos antes isso rompeu uma barreira grande da sociedade que residia na época.

Baxter-Wright (2022, p. 82) menciona que "o look imediatamente reconhecível da cabeça aos pés, que foi na 'contramão' da moda e permaneceu atemporal, começou com o terno Chanel". O casaco macio e de modelagem quadrada era fácil de usar e trazia muitas marcas registradas da estilista. Fiel ao seu gosto pessoal, todos os botões do casaco eram tanto funcionais quanto decorativos. Outra característica que marcava a construção desses casacos do terno Chanel era que tinham sempre bolsos verdadeiros, pela necessidade de guardar os cigarros de Coco Chanel.

> Essa combinação vencedora de casaco curto, quadrado e sem gola com saia levemente franzida na altura do joelho tornou-se a peça de assinatura da Casa Chanel, e, embora não houvesse dois ternos exatamente iguais, ela repetiu esse conceito infinitamente, retrabalhando o mesmo estilo de forma sutil e proporcionando às suas clientes luxo e elegância atemporal (Baxter-Wright, 2022, p. 85).

O tweed foi lançado por Chanel em 1925: "O estilo se torna poderosamente evidente em modelos pequenos e em tecido parecido com o tweed – muito usado por Chanel para a construção de tailleurs, bem como nos ornamentos" (Zimmer; Saraiva, 2016, p. 98). Um dos ícones da Chanel que era feito de tweed foi a sua jaqueta, que ajudou a popularizar a marca no mundo todo.

As Figuras 2, 3 e 4 têm como objetivo destacar o tecido tweed como base, trazendo elegância e sofisticação. O conjunto de tweed, criado por Coco Chanel, sempre transmitiu uma elegância acompanhada de uma leve sensualidade em suas peças. Após sua morte, Karl Lagerfeld continuou seu legado, acrescentando um toque de modernidade à sua era, mas sempre mantendo o conceito original da fundadora da marca. Virginie Viard, por sua vez, tem sido mais audaciosa em suas interpretações, ganhando um nicho de grande visibilidade para o futuro, embora nunca perca a essência da marca.

Comparando as Figuras 2, 3 e 4, percebe-se que elas mantêm um padrão de casacos de tweed com botões bem aparentes, bolsos com comprimento característico. Esses elementos garantem uma estética que combina elegância, sofisticação e modernidade.

Figura 2 – Coco Chanel



Fonte: Chanel (2016).

Figura 3 – Karl Lagerfeld



Fonte: Matos (2019).

Figura 4 – Virginie Viard



Fonte: Monteiro (2024).

Na Figura 2, Gabrielle Chanel utiliza um conjunto clássico Chanel, com a icônica jaqueta de tweed e saia lápis; o conjunto tem como forma mais minimalista, sendo usadas poucas cores, sendo elas monocromáticas em tons neutros com cinza e branco, reforçando a estética clássica e atemporal da Chanel dos anos 1950-60, mantendo a escolha de cores elegantes. Sempre com bolsos grandes para colocar o seu cigarro e botões bem aparentes, a modelagem é clássica e ajustada ao corpo. A análise destaca o estilo característico de Coco Chanel, marcado pela simplicidade sofisticada e pela busca de funcionalidade, que revolucionou a moda feminina.

A falta de acessórios mais chamativos e o cabelo curto e bem inovador, dando destaque à elegância e à simplicidade, tendo como foco a estrutura e o corte do conjunto.

Na Figura 3, Karl Lagerfeld trouxe inovação e ousadia ao conjunto de tweed, característico da marca, em tons mais modernos e uma modelagem ampla, substituindo a saia por uma calça, dando início a um visual ousado e contemporâneo. O conjunto é composto por uma jaqueta de tweed estruturada e calças largas, dando um ar moderno e despojado. A modelagem é mais '*oversized*', seguindo as tendências atuais de conforto e estilo.

Na Figura 4, Virginie Viard, por sua vez, traz uma proposta de conjunto bicolor com uma jaqueta solta e calça ampla; a silhueta é mais despojada, mas mantém um toque de sofisticação devido aos acessórios e detalhes. A combinação de preto com detalhes em bege, o cinto dourado e as camadas de colares remete ao estilo casual e chique, mas com um toque contemporâneo e urbano.

As imagens acima ilustram como a marca Chanel mantém o uso do tweed e o estilo clássico de suas peças, mas com variações ao longo dos anos para atender a novas tendências e estéticas da moda.

4.3 PRETINHO BÁSICO

Coco não criou apenas uma marca mais sim um estilo, com isso veio várias ideias que mudaram o seu século, uma delas foi pretinho básico também conhecido como '*little black dress*' foi criado por Gabriele Chanel em 1926. Flores (2013) conta que a vários livros que fala de Coco Chanel, citam sempre 'O pretinho básico', um vestido muito elegante, mas, ao mesmo tempo, simples, mesmo sendo tratado como um vestido de luto, "foi após a morte de um amante de longa data, Boy Capel, que Coco Chanel propôs 'o pretinho básico'. Da sua dor sentimental fez a sua fortuna: ela vendia sua dor" (Flores, 2013, p. 46).

Baxter-Wright (2022, p. 53) explica que Chanel "lançou uma série de pretinhos básicos em 1926, e, assim como muitas de suas peças clássicas, esse foi um item que ela voltava de vez em quando para adaptar e aperfeiçoar". A estilista não foi a única a usar a cor preta em suas criações, mas foi a primeira a usar esta cor para roupas diurnas e noturnas em modelos de vestidos simples e modernos. "Um vestido reto que se adaptava aos contornos do corpo sem qualquer artifício ou excesso" (Baxter-Wright, 2022, p. 53).

> No entanto, os especialistas em moda insistem que gastar milhares por um pretinho básico é um bom investimento. Parece que não importa o aspecto do pretinho básico, porque essas duas palavras garantem que o vestido automaticamente é atemporal, mesmo se tiver mangas sino plissadas e renda Chantilly com aplicação de contas que evocam os momentos mais espalhafatosos da moda da década de 1980 (Karbo, 2010, p. 49).

As Figuras 5, 6 e 7 têm como igualdade o 'pretinho básico'. O modelo criado por Chanel apresenta manga comprida, bolso e botão. Na Figura 5, o modelo criado por Chanel traz uma mulher mais composta com um vestido de comprimento midi, de manga comprida, mas, ao mesmo tempo, com um decote mais despojado sempre mantendo a elegância.

Figura 5 – Coco Chanel



Fonte: Chanel (2016).

Figura 6 – Karl Lagerfeld



Fonte: Henriques (2015).

Figura 7 – Virginie Viard



Fonte: Chanel (2016).

Na Figura 5, o modelo criado por Gabrielle (e nesta imagem ela mesma vestindo o pretinho básico) tem como objetivo sugerir uma vestimenta simples e elegante, sem adornos chamativos, com detalhes refinados, enfatizando a assinatura estética que definiu a marca Chanel, dando ênfase na simplicidade e elegância funcional, sem nem um contraste marcante e textura complexa. O look remete à essência prática e minimalista que Gabrielle trouxe para a moda.

Na Figura 6, o modelo criado por Karl é clássico e estruturado, sendo levemente ajustado, trazendo uma gola branca e um cinto fino que traz um charme de formalidade para a peça. Tendo modificado o vestido pretinho básico para uma mulher mais requintada, diminuindo o tamanho da saia até o joelho. O tecido tem uma textura mais densa, remetendo à estrutura do casaco de tailleurs, mostrando a modernidade e a sofisticação da marca.

Virginie, na Figura 7, traz uma combinação mais moderna e experimental, com um decote redondo mais aberto; o vestido é feito de um tecido mais pesado, sendo mais ajustado ao corpo e curto, tendo contraste com uma saia translúcida e volumosa de tule, criando um efeito de movimento fluido, com o uso de materiais que não são tradicionais e dando um impacto visual.

4.4 A BOLSA 2.55

Bola (2012) fala que durante a segunda Guerra Mundial, Chanel fechou todas as suas lojas, em 1954 já com 70 anos de idade, Chanel voltou para o mundo da moda com mais uma inovação, a Bolsa 2.55, lançada em 1955. A versatilidade da bolsa 2.55 teve como objetivo ser um modelo prático, que pudesse ser usado no ombro e não carregado na mão.

> Feita de matelassê, couro forrado e pespontado, criando um efeito acolchoado, formato retangular, com o famoso logotipo da marca aplicado no lado interno da bolsa, alças confeccionadas com correntes, uma mescla de couro com metal dourado ou prateado, trançados, 2.55 é a bolsa mais famosa criada por Chanel (Portes, 2011, p. 45).

A fabricação da bolsa Chanel 2.55 tem um processo muito minucioso, tendo como mão de obra de dezoito horas para produzir uma única bolsa. Essa única bolsa passa por 15 artesãos, sendo extremamente exigida pela marca, com um alto padrão de qualidade. São usados os melhores materiais como o couro e acessórios, produzidos com uma qualidade impecável sem falhas, sendo essa uma das razões da excelência do produto. De acordo com Macêdo (2018, p. 19):

> Na década de 1980 a marca Chanel lançou a Classic Flap Bag, uma releitura do modelo 2.55, acrescida das letras 'c' entrelaçadas no fecho da bolsa, couro por entre a corrente metálica da alça e o couro utilizado no 'corpo' da bolsa apresenta textura mais lisa.

As Figuras 8 e 9 mostram uma bolsa simples e discreta, refletindo o estilo inicial de Coco Chanel, focado em praticidade e minimalismo. A funcionalidade da bolsa nas duas imagens é ideal para carregar itens essenciais no dia a dia, enquanto a 2.55 oferece praticidade e estilo, com compartimentos internos e acolchoado para proteção. A corrente de metal adiciona versatilidade, permitindo o seu uso no ombro ou cruzada no corpo. As imagens abaixo incluem esses elementos, tornando a 2.55 um símbolo de luxo e *status* na moda. A bolsa 2.55 impactou a moda feminina, tornando-se um ícone atemporal que influenciou o design de bolsas em todo o mundo e foi reinterpretada em várias coleções por designers renomados da marca.

Figura 8 – Coco Chanel



Fonte: Chanel (2016).

Figura 9 – Karl Lagerfeld



Fonte: Beauharnais (2022).

Na Figura 8, a imagem representa uma bolsa simples e funcional, com um estilo mais tradicional, sem muitos detalhes complexos como acolchoado, tendo formato retangular e rígido, com uma estrutura mais clássica. Sendo feita de couro liso sem detalhes adicionais e com o acabamento simples, ela aborda o minimalismo inicial de Gabrielle Chanel, a bolso representa o início de Coco Chanel tendo como manter a moda feminina mais simplificada.

Na Figura 9, temos um design mais moderno, tendo como característica o seu couro acolchoado ou como era conhecido *quilted pattern*, com a alça de correntes prateadas, a versatilidade passou a permitir ser usada a tiracolo. Tendo como versatilidade diversos compartimentos, como fecho à logo da marca que remete valor para a estética, possui um design clássico, mas ao mesmo tempo contemporâneo, sendo trazido para o mercado como um símbolo de *status*.

Dessa forma podemos ressaltar que o legado de Gabrielle Chanel se manteve mesmo com as mudanças e diferentes lideranças, como também foi enriquecido por cada designer que passou pela *Maison*. A marca Chanel não perdeu a sua essência durante os anos que passaram, tendo base na funcionalidade, elegância e inovação, sendo atemporal e mantendo as suas criações vividas. Isso mostra que um legado, mesmo que tenha sido reimaginado, se permanece fiel aos valores de sua fundadora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa, que teve como objetivo geral analisar como o legado histórico da marca Chanel, criado por sua fundadora Coco Chanel, é apresentado e reinterpretado nas coleções contemporâneas da alta-costura, destacando os elementos que permanecem constantes e as inovações introduzidas ao longo dos anos. A pesquisa sobre o legado da marca Chanel na Alta Costura tem como objetivo ressaltar a necessidade de ter uma identidade clara que estude tanto o antigo quanto o novo. A pesquisa mostrou que Gabrielle 'Coco' Chanel fez uma revolução na moda feminina, criando coleções funcionais como o blazer de *tweed*, vestido preto e a bolsa 2.55 que eram extremamente à frente da sua época. Tendo várias reinterpretações dos trabalhos de Gabrielle Chanel ao longo dos anos. Todos que mantiveram uma certa continuidade estética de alguma forma preservaram o espírito claro das tradições da marca Chanel.

Sob a direção de Karl Lagerfeld, que assumiu o cargo em 1983, como diretor criativo, a marca teve a possibilidade de revitalizar seus clássicos nas tendências de moda atuais e ampliar sua presença no mundo da moda. Após isso, a marca Chanel continuou com as suas tradições, mas, ao mesmo tempo, tornou-se mais contemporânea em suas criações. Lagerfeld era conhecido por ser visionário e por seu talento, tendo a capacidade de reinterpretar o legado da *maison* sem perder sua essência. Ele trouxe modernidade e frescor para a marca, como o tailleur de tweed, o vestido preto básico e a icônica bolsa 2.55, adicionando inovação em suas criações, mas mantendo a identidade elegante e sofisticada de Gabrielle Chanel. Karl Lagerfeld transformou os desfiles da Chanel em um verdadeiro espetáculo, com cenários temáticos e inovadores e grandiosos, que iam desde o fundo do mar até uma réplica de um supermercado, criando uma experiência na alta-costura.

O designer também se destacou pela sua habilidade em dialogar com a cultura pop e antecipar tendências, estabelecendo conexões que expandiram ainda mais o alcance da marca para um público jovem e diversificado. Sob sua liderança, a Chanel preservou suas tradições e se tornou um símbolo de inovação, provando que mesmo as casas de moda mais tradicionais podem evoluir e se manter relevantes em um cenário de moda em constante mudança.

Virginie Viard tornou-se a diretora criativa após a morte de Karl em 2019, enquanto defende os princípios dos códigos estéticos da marca, como o tweed, pretinho básico e as pérolas, tendo um estilo atemporal, ao mesmo tempo, Virginie introduziu um toque mais descontraído em suas coleções, voltando-se para uma nova geração de consumidores, que buscam autenticidade e frescor, ela conseguiu manter a essência clássica da *maison*,

mas adicionou um aspecto mais contemporâneo e acessível, conquistando novos públicos. No entanto, em outubro de 2024, Virginie Viard deixou a direção criativa da Chanel, marcando uma transição importante para a *maison* e encerrando um capítulo significativo de liderança e continuidade após o legado de Karl Lagerfeld.

Tendo analisado os códigos estéticos e estilísticos que foram instituídos por Chanel, como o tweed, pretinho básico e a bolsa 2.55, ainda se conservam sendo reinterpretados, os desafios contemporâneos, assim como a globalização e a crescente diversidade, têm feito com que a empresa se reinvente.

O estudo da marca Chanel prova que, mesmo tendo tendências modernas e mudança de diretores, a marca tem a capacidade de respeitar as origens por meio das gerações. A marca tem como perfeito equilíbrio entre cultura tradicional e a progressiva; no futuro os pesquisadores poderão estudar a influência das mudanças tecnológicas na alta moda da marca, assim como os modos de superar novos desafios, que incluem também a sustentabilidade da moda.

O estudo sobre o legado da Chanel na alta-costura demonstrou como a marca consegue evoluir, reinventar e sem perder sua essência histórica, criada por Gabrielle Chanel e preservada por sucessores como Karl Lagerfeld e Virginie Viard. Ao longo das décadas, a *maison* manteve um equilíbrio entre as suas tradições culturais e sociais, adaptando-se às mudanças na sociedade contemporânea, sem comprometer seus códigos estéticos.

REFERÊNCIAS

ÁBILE, Bárbara Venturini. Redefinindo a alta costura: colaborações entre a Chambre Syndicale de la Couture Parisienne e o Estado francês no século XX. **Revista AMD**, Florianópolis, v. 8, n. 2, e5403, 30 p., jun.-set. 2024. Disponível em: https://www.revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/25403/17024. Acesso em: 10 ago. 2024.

AVELAR, Suzana. **Moda**: globalização e novas tecnologias. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

BAXTER-WRIGHT, Emma. **Chanel**. São Paulo: Senac São Paulo, 2022.

BEAUHARNAIS, Guilherme de. **Bolsa Chanel**: conheça a história dos icônicos modelos 2.55 e 11.12. Vogue, 5 maio 2022. Disponível em: https://vogue.globo.com/moda/noticia/2022/02/bolsa-chanel-conheca-historia-dos-iconicos-modelos-255-e-1112.html. Acesso em: 30 out. 2024.

BOAVA, Bruno Momente. **O estilo e irreverência de Coco Chanel**. 2012. 104 f. Monografia (Graduação em Tecnologia Têxtil) – Faculdade de Tecnologia de Americana, Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, Americana, 2012. Disponível em: https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/1392. Acesso em: 15 set. 2024.

BOLA, Laís. **De Chanel a McQueen**: um passeio pela história da moda. 2012. 61 f. Projeto Experimental (Bacharelado em Jornalismo) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Bauru, 2012. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/61c76e4c-15ff-4cfb-9125-40554f3bbc8d/content. Acesso em: 18 out.2024.

CARMO, Rosana Barbosa de Almeida. **Elos**: a relação entre alta-costura e o artesanato brasileiro. 2019. 60 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design de Moda) – Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2019. Disponível em: https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/designdemoda/article/viewFile/2125/1410. Acesso em: 30 out. 2024.

CHANEL NEWS. **O final do desfile Chanel alta-costura primavera-verão 2024**. Postado em: 23 jan. 2024. Disponível em: https://www.chanel.com/br/moda/news/2024/01/finale-chanel-spring-summer-2024-haute-couture-show.html. Acesso em: 30 out. 2024.

CHANEL. **A fundadora**. 2016. Disponível em: https://www.chanel.com/pt/about-chanel/a-fundadora/. Acesso em: 26 set. 2024.

CHUNG, Stephy. **Virginie Viard deixa a direção artística da Chanel após cinco anos**. CNN Brasil, 6 jun. 2024. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/virginie-viard-deixa-a-direcao-artistica-da-chanel-apos-cinco-anos/. Acesso em: 18 out. 2024.

DUARTE, Sonia Carmem Teló. Chanel: uma análise semiótica. **ModaPalavra e-periódico**, Ano 5, n. 10, p. 187-210, jul.-dez. 2012. Disponível em: https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051627010.pdf. Acesso em: 19 set. 2024

FLORES, Eliziane Menezes. **Autorreconstrução do feminino pela arte**. 2013. 75 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Feministas) – Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, 2013. Disponível em: https://baes.uc.pt/bitstream/10316/35839/1/Autorreconstrucao%20do%20Feminismo%20pela%20Arte.pdf. Acesso em: 19 set. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

GIORDANI, Luiza. **A marca Chanel como objeto de desejo e de consumo**. 2013. 79 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social: Habilitação em Propaganda e Publicidade) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Porto Alegre, 2013. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/77169. Acesso em: 10 out. 2024.

GOUVEIA, Catarina Sofia da Silva. **O posicionamento social das marcas Chanel e Dior e o feminismo**: em busca da ligação. 2019. 18 f. Projeto De Mestrado. Comunicação Aplicada. Viseu, nov. 2019. Disponível em: https://www.proquest.com/openview/2037a690180aa15e472d75a10ddf45f5/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y. Acesso em: 23 ago. 2024.

HENRIQUES, Belém. **Chanel**: desfile coleção outono-inverno 2015. Mad Moda, 12 mar. 2015. Disponível em: https://mad-moda.blogspot.com/2015/03/chanel-desfile-colecao-outono-inverno.html. Acesso em: 30 ago. 2024.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**: o manual do estilista. 3. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

KARBO, Karen. **O evangelho de Coco Chanel**: lições da mulher mais elegante do mundo. 7. ed. São Paulo: Seoman, 2010.

LIMA, Lara Azevedo. **A influência das redes sociais virtuais sobre a decisão de compra no mercado de alta-costura**: um comparativo entre gerações. 2015. 109 f. Monografia (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Fortaleza, CE, 2015. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/26022/1/2015_tcc_lalima.pdf. Acesso em: 25 out. 2024.

LISBOA, Luis Fernando; GÓES, Mariele. "Coco Chanel" (2008): trajetória, moda e estilo na televisão. **Revista Humanidades e Inovação**, v. 7, n. 21, p. 257-273, 2020. Disponível em: https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/4650. Acesso em: 26 ago. 2024.

LUCAS, Bruna Passos da Silveira. O potencial criativo nas tramas da feminilidade: Coco Chanel. **Centro de Estudos Psicanalíticos de Porto Alegre**, v. 23, 2016. Disponível em: https://cepdepa.com.br/wp-content/uploads/2020/05/12-Bruna-Passos-Da-Silveira-Lucas-O-potencial-criativo-nas-tramas-da-feminilidade-Coco-Chanel.pdf. Acesso em: 8 out. 2024.

MACÊDO, Priscila Oliveira de. **Consumo conspícuo**: um olhar para o desejo de consumo da bolsa Chanel na perspectiva da mulher natalense. 2018. 107 f. Monografia (Graduação em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Ciências Administrativas, Natal, RN, 2018. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/34986. Acesso em: 30 set. 2024.

MATOS, Rui. **Tudo sobre a última coleção de Karl Lagerfeld para a Chanel**. Vogue, 6 mar. 2019. Disponível em: https://www.vogue.pt/chanel-ultima-colecao-karl-lagerfeld. Acesso em: 5 nov. 2024.

MONTEIRO, Gabriel. **Paris Fashion Week**: Chanel inverno 2024. ELLE, 5 mar. 2024. Disponível em: https://elle.com.br/moda/paris-fashion-week-chanel-inverno-2024. Acesso em: 5 nov. 2024.

PORTES, Cassiana Précoma. **Bolsas**: ícones de luxo e moda. 2011. 75 f. Monografia (Bacharelado em Moda e Estilismo) – Universidade Estadual de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em: https://sistemabu.udesc.br/pergamumweb/vinculos/000000/000000000012/000012DB.pdf. Acesso em: 9 set. 2024.

PORTO, Alba Pinheiro Vidal. **A influência histórica, artística e cultural da alta-costura no mercado de moda**. 2022. 57 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e Arte, Fortaleza, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/77440. Acesso em: 10 ago. 2023.

POSNER, Harriet. **Marketing de moda**. São Paulo: Gustavo Gili, 2011.

RAMOS, Maria Lúcia Bueno. Cultura Visual e estilos de vida. As revistas de moda francesas e as estratégias de marketing da alta costura no início do século XX. **Revista Maracanan**, v. 12, n. 14, p. 75-96, 2016. Disponível em: https://www.e-publicacoes.uerj.br/maracanan/article/view/20861. Acesso em: 11 ago. 2024.

ROMEIRO, Elisa M. Ferreira. A construção contemporânea dos clássicos da Chanel: análise de editoriais da marca. **Achiote.com – Revista Eletrônica de Moda**, v. 2, n. 1, 2014. Disponível em: https://revista.fumec.br/index.php/achiote/article/view/2707. Acesso em: 24 set. 2024.

ROSA, António Machuco. A evolução e democratização da moda moderna: de Frederik Worth à fast-fashion de Karl Lagerfeld. **Comunicação e Sociedade**, *[S. l.]*, v. 24, p. 62–78, 2013. DOI: 10.17231/comsoc.24(2013).1776. Disponível em: https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/905/886. Acesso em: 19 ago. 2024.

SANTOS, Angela Sikorski; NASCIMENTO, Carla Zenita do (org.). **Manual de orientações metodológicas**. Brusque: UNIFEBE, 2024. Disponível em: https://www.unifebe.edu.br/site/wp-content/uploads/manual-metodologico-e-book.pdf. Acesso em: 15 set. 2024.

SANTOS, Flávio Vieira da Silva. **Moda e historicidade**: uma investigação do acabamento do vestuário de alta-costura. 2017. 58 f. Monografia (Bacharelado Design) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Caruaru, 2017. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/32463/1/SANTOS%2c%20Fl%c3%a1vio%20Vieira%20da%20Silva.pdf. Acesso em: 25 ago. 2024.

SOUSA, Rui André Melo de. **O luxo na moda**: alta-costura entre o passado e o futuro. 2015. 24 f. Dissertação (Mestrado em Design de Moda) – Universidade da Beira Interior (Portugal), Faculdade de Engenharia, Departamento de Ciência e Tecnologia Têxteis, Covilhã, 2015. Disponível em: https://www.proquest.com/openview/9f0460c43da1be505ec1d9c0283caaa2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y. Acesso em: 25 ago. 2024.

VIEIRA, Carla Borin. **Coco Chanel como referencial para criação de design de superfície aplicado a joias têxteis**. 2011. 115 f. Monografia (Especialização em Design para Estamparia) – Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Artes e Letras, Santa Maria, RS, 2011. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/18032/TCCE_DE_2011_VIEIRA_CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 30 set. 2024.

ZIMMER, Nelson Batista; SARAIVA, Juracy I. Assmann. Globalização, atualização e permanência de um estilo: Coco Chanel. **Revista ALCEU**, *[S. l.]*, v. 16, n. 33, p. 91-106, 2016. DOI: 10.46391/ALCEU.v17.ed33.2016.153. Disponível em: https://revistaalceu.com.puc-rio.br/alceu/article/view/153/146. Acesso em: 14 set. 2024.