



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ECONOMIA, SOCIEDADE E POLÍTICA
(ILAESP)**

**RELAÇÕES INTERNACIONAIS E
INTEGRAÇÃO**

**A MODA COMO ELEMENTO DE IDENTIDADE NACIONAL FRANCESA NAS
RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

MARIA EDUARDA TORRES

Foz do Iguaçu
2023



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ECONOMIA, SOCIEDADE E POLÍTICA
(ILAESP)**

**RELAÇÕES INTERNACIONAIS E
INTEGRAÇÃO**

**A MODA COMO ELEMENTO DE IDENTIDADE NACIONAL FRANCESA NAS
RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

MARIA EDUARDA TORRES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais e Integração.

**Orientador: Prof. Dr. Karen dos Santos
Honório**

Foz do Iguaçu
2023

MARIA EDUARDA TORRES

**A MODA COMO ELEMENTO DE IDENTIDADE NACIONAL FRANCESA NAS
RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais e Integração.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. (Titulação) (Nome do orientador)
UNILA

Prof. (Titulação) (Nome do Professor)
(Sigla da Instituição)

Prof. (Titulação) (Nome do Professor)
(Sigla da Instituição)

Foz do Iguaçu, _____ de _____ de _____.

TERMO DE SUBMISSÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS

Nome completo do autor(a): _____

Curso: _____

Tipo de Documento	
(.....) graduação	(.....) artigo
(.....) especialização	(.....) trabalho de conclusão de curso
(.....) mestrado	(.....) monografia
(.....) doutorado	(.....) dissertação
	(.....) tese
	(.....) CD/DVD – obras audiovisuais
	(.....) _____

Título do trabalho acadêmico: _____

Nome do orientador(a): _____

Data da Defesa: ____/____/____

Licença não-exclusiva de Distribuição

O referido autor(a):

a) Declara que o documento entregue é seu trabalho original, e que o detém o direito de conceder os direitos contidos nesta licença. Declara também que a entrega do documento não infringe, tanto quanto lhe é possível saber, os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade.

b) Se o documento entregue contém material do qual não detém os direitos de autor, declara que obteve autorização do detentor dos direitos de autor para conceder à UNILA – Universidade Federal da Integração Latino-Americana os direitos requeridos por esta licença, e que esse material cujos direitos são de terceiros está claramente identificado e reconhecido no texto ou conteúdo do documento entregue.

Se o documento entregue é baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não a Universidade Federal da Integração Latino-Americana, declara que cumpriu quaisquer obrigações exigidas pelo respectivo contrato ou acordo.

Na qualidade de titular dos direitos do conteúdo supracitado, o autor autoriza a Biblioteca Latino-Americana – BIUNILA a disponibilizar a obra, gratuitamente e de acordo com a licença pública *Creative Commons Licença 3.0 Unported*.

Foz do Iguaçu, ____ de _____ de _____.

Assinatura do Responsável

Dedico este trabalho aos meus bisavós, Aparecida e Osvaldo, minhas pessoas favoritas, que não puderam ver esse ciclo ser encerrado, mas me deram toda força para concluir esta jornada.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus por tudo e aos meus pais, Sandra e Gilcimar, que me apoiaram incondicionalmente em todos os momentos e sempre fizeram todo possível para que pudesse estar finalizando esse ciclo tão esperado. Muito obrigada por sempre me priorizarem, vocês são luz e inspiração para mim. Tudo sempre será por vocês, amo vocês infinito.

Aos meus bisavós que perdi ao longo dessa trajetória, mas que tive o privilégio de conviver por muitos anos e aprender muito com cada conversa. Não poderia deixar de agradecer a minha tia e madrinha, Elisangela, aos meus avós, principalmente minha avó, Maria Alice, obrigada por todo apoio sempre. Agradeço também ao Djalma, a pessoa que foi comigo realizar minha matrícula e representar meus pais no início dessa caminhada. Muito obrigada a toda minha família.

Agradeço ao Nathan, pela paciência infinita e apoio incondicional em todos os momentos, por compreender e estar comigo durante a caminhada, obrigada por tanto, principalmente por acreditar sempre em mim.

A minha colega de curso, Jessica, minha companheira de faculdade que dividiu comigo esses 4 anos, com momentos bons e ruins, muita risada e angústias nos corredores do nosso amado PTI, obrigada por dividir comigo muitos trabalhos e a conquista do nosso primeiro estágio. Aos meus amigos, em especial Letícia e Joana, obrigada pelo apoio sempre.

Por fim, um agradecimento a minha orientadora, Prof.Dra Karen Honório, sem ela este trabalho não seria possível, obrigada pelas conversas que sempre me tranquilizaram e muito obrigada por acreditar no tema escolhido.

A todos que fizeram parte desta jornada, toda minha gratidão.

"Don't forget where you belong"
One Direction

RESUMO

A moda possui historicamente um papel importante nas configurações de laços sociais. Os chamados cientistas sociais estudam sobre as relações de poder, entrando na questão da diferença de classes e estilo de vida, e toda a análise sobre a perspectiva da moda. A moda francesa tornou-se um elemento de identidade nacional, esse elemento foi sendo construído com o tempo, não somente ele, mas também a questão cultural onde a França vendeu o conceito de “*civilité*” e a moda até hoje tem um grande impacto no posicionamento do país. O objetivo central deste trabalho é analisar a evolução histórica desse elemento de identidade que é a moda, dentro da história da identidade nacional da França e como esse elemento foi utilizado para a projeção internacional do país e, portanto, na sua política externa, elaborando uma linha do tempo histórica da França com reinados e momentos importantes para moda francesa. Estudando autores como Pierre Bourdieu, Norbert Elias e Georg Simmel, relacionando seus conceitos com o tema escolhido para ser abordado no presente trabalho. Será utilizado de metodologia qualitativa, analisando documentos oficiais e bibliografias específicas do tema, imagens e gravuras, buscando compreender o papel dos aparelhos estatais na difusão de sua cultura. Para o desenvolvimento teórico acadêmico, será trabalhado literaturas de análise de política externa (APE), articulando com as ideias dos autores citados. Resultando na conclusão da compreensão de como a França utilizou a moda em sua política externa, como funciona até os dias atuais como uma diplomacia cultural e como contribuiu para o país e sua expansão.

Palavras-chave: moda; capital cultura e simbólico; diplomacia cultural; política externa; Relações Internacionais.

RESUMEN

La moda tiene históricamente un papel importante en las configuraciones entre uniones sociales. Llamados científicos sociales estudian sobre relaciones de poder, entrando en cuestión de diferencia de clases y estilo de vida, y toda su análisis sobre la perspectiva de moda. La moda francesa se convirtió en un elemento de indentadas nacional, ese elemento fue construido con el tiempo, no solamente el, pero también en cuestión cultural donde Francia vendió el concepto de “*civileté*” y hasta hoy la moda tiene un gran impacto en posicionamiento del país. El objetivo central de este trabajo es analizar la evolución histórica de ese elemento de identidad que es la moda, dentro de la historia de identidad nacional de Francia y como ese elemento fue intimidado para la proyección internacional del país y, por tanto, en su política externa, elaborando una línea del tiempo histórica de Francia com reinados y momentos importantes para la moda Francesa. Estudiando autores como Pierre Bourdieu, Norberto Elias y Georg Simmel, relacionados sus conceptos con el tema escogido para ser abordado en el presente trabajo. Será utilizado de metodología cualitativa, analizando documentos oficiales y bibliografías específicas del tema, imágenes y gravuras, buscando comprender los papeles de aparatos estatales en la difusión de su cultura. Para o desenvolvimento teórico académico, será trabajado literaturas de análise de política estrena (APE), articulado con las ideas de los autores citados. Resultado en conclusión de comprensión de cómo Francia utilizó una moda en su política externa, como funciona hasta hoy en los días atuais como una diplomacia cultural y como contribuyó para el país y su expansión.

Palabras clave: moda; capital cultural y simbólico; diplomacia cultural; la política exterior; Relaciones Internacionales.

ABSTRACT

Fashion has historically played an important role in shaping social ties. The so-called social scientists study the power of relation, getting into the issue of class differences and lifestyle, and a whole analysis from the perspective of fashion. French fashion became an element of national identity, this element was being built over time, not only it, but also the cultural issue where France sold the concept of “*civilité*” and fashion even today has a great impact on the world. The main objective of this work is to analyze the historical evolution of this element of identity that is called fashion. Within the history of the national identity of France and how fashion was used for the international projection of the country. Therefore, in its foreign policy, elaborating a historical timeline of France and its reign it was an important moment for French fashion. Studying authors such as Pierre Bourdieu, Norbert Elias and Georg Simmel, relating their concepts with the theme chosen to be perfectly aligned with today’s work. Qualitative methodology will be used, analyzing official documents and specific bibliographies of the theme, images and engravings, seeking to understand the role of state apparatuses in the transmission of their culture. For academic theoretical development, literature on foreign policy analysis (FPA) will be worked on, articulating with the ideas of the cited authors. Resulting in the conclusion of the understanding of how France used fashion in its foreign policy, how it works until the present day, as a cultural diplomacy, its contribution to the country and its expansion.

Key words: fashion; cultural and symbolic capital; cultural diplomacy; foreign policy; International relations.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Paris <i>Musées L’acteur Chénard</i>	22
Figura 2 – Tomada da Bastilha	27
Figura 3 – Estilo da Constituição	43
Figura 4 – França Antártica	50
Figura 5 – Os 10 países que mais detém <i>soft power</i>	65
Figura 6 – Países que mais detém <i>soft power</i>	65
Figura 7 – Países que mais detém <i>soft power</i>	66

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AF	Aliança Francesa
APE	Análise de política externa
ONU	Organização das Nações Unidas
OTAN	Organização do Tratado do Atlântico Norte
RI	Relações Internacionais

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1 A MODA COMO ELEMENTO DE IDENTIDADE NACIONAL FRANCESA.....	17
1.1 Revolução Francesa e a mudança na moda	21
1.2 Bourdieu e suas ideias em relação a moda: <i>habitus</i> ; campo; poder e capital simbólico; capital cultural e social.....	28
1.3 Norbert Elias e Georg Simmel: seus conceitos e estudos.....	32
1.4 Conclusões parciais do capítulo	37
2 FRANÇA COMO UM PAÍS EXPORTADOR DE IDEIAS.....	39
2.1 A influência francesa no campo da moda	42
2.2 Influência francesa fora da Europa.....	48
2.3 Conclusões parciais do capítulo	55
3 DIPLOMACIA CULTURAL COMO CONDUTORA DA POLÍTICA EXTERNA FRANCESA: SOFT POWER E CAPITAL SIMBÓLICO.....	56
3.1 Cultura e moda francesa e as relações internacionais: política externa francesa e o conceito de soft power	64
3.2 Conclusões parciais do capítulo	69
CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS	72

INTRODUÇÃO

A moda não é uma questão que chama atenção no mundo acadêmico das relações internacionais. Esse trabalho versa sobre a influência da moda como recurso de poder para um país, especificamente a França analisando como o país a utilizou como ferramenta de diplomacia cultural como foi uma estratégia que deu certo e Paris ganhou o reconhecimento de capital da moda. A moda segundo o autor Gilles Lipovetsky é celebrada em museu, ela está pelas ruas, para ele a moda suscita o reflexo crítico antes do estudo do objetivo (LIPOVETSKY, 2009).

A moda com o passar dos anos foi utilizada como um objeto de distinção social, a nobreza francesa a utilizou e espalhou por todo o mundo. Essa questão é perceptível ao analisar a história de nobres como de Luís XIV e Maria Antonieta. Entretanto, a moda francesa não foi apenas de vestuários, mas de objetos e cultura moderna. A França segue propagando sua moda nos dias atuais, não somente em questão de vestuários, há difusão de sua cultura por meio da Aliança Francesa, que são instituições sem fins lucrativos que espalham a língua e a cultura do país em outros países.

Em "A distinção", de Pierre Bourdieu (2007), o autor realiza pesquisas de diversos contextos da sociedade francesa, onde se pode ver o termo *habitus*, que se compreende como produções sociais que são classificadas as classes sociais, essa classificação ocorre de acordo com gostos, vestuários, arte, entre outros. Usando esse conceito, pode-se pensar na questão de distinção social, já que Bourdieu (2007) acredita que o gosto e comportamentos da elite poderiam ser adquiridos pela classe mais baixa. Outro autor a ser trabalhado será Georg Simmel (2008b), que também analisa as modalidades de grupos sociais e ocupa seus pensamentos com a moda, o antropólogo acredita que a moda faz uma ponte de socialização e individualização. Assim como Norbert Elias, que analisa a respeito da civilização e a Sociedade de Corte. Permitindo relacionar os três autores com a história francesa.

O trabalho está organizado em três capítulos além desta introdução e das considerações finais. Portanto, o primeiro capítulo partirá do momento em que a moda se tornou um elemento importante para França, abordando sobre Luís XIV, onde se intitula como o nascimento da alta costura, como se conhece atualmente, também a

respeito de Maria Antonieta e a Revolução Francesa. Analisando a evolução histórica desse elemento de identidade que é a moda, dentro da história da identidade nacional da França, estudando os autores citados como Georg Simmel, Norbert Elias, Pierre Bourdieu, conceitos como capital simbólico, como a França acumulou esse capital, capital cultural e conceito de civilização, entre outros.

O segundo capítulo estuda a moda como objeto cultural e também patrimônio cultural francês, mostrando os impactos da moda na política externa da França e a respeito da influência francesa dentro e fora da Europa, utilizando o exemplo da aproximação Brasil-França.

Ao final, no terceiro capítulo, será analisada a respeito da diplomacia cultural, relacionando com o conceito de Joseph Nye, *soft power*, e ligando as ideias de Bourdieu, para concluir sobre a política externa francesa.

Possuindo o objetivo de responder na pesquisa as perguntas: Como a moda entra nas estratégias de política externa da França? Como a moda funciona como diplomacia estratégica? Como atualmente a indústria da moda francesa contribui para o posicionamento do país no sistema internacional?

Com o intuito de alcançar os objetivos estabelecidos neste trabalho, principalmente analisar a moda como um elemento de identidade nacional francesa, utilizando estudos de caso, pois é um caso único relacionando a moda francesa com as relações internacionais. Assim analisando diversas bibliografias e notícias relacionadas ao tema definido.

O trabalho aqui proposto utilizará metodologia qualitativa, pois ela permite uma maior profundidade do tema proposto (FLICK, 2009). Serão utilizados para a construção e análise do papel da moda como elemento da identidade nacional e internacional francesa documentos oficiais e bibliografia especializada sobre o tema. Será buscado também entender o papel de aparelhos estatais de difusão cultural na disseminação da identidade cultural francesa no mundo.

Quanto ao desenvolvimento teórico acadêmico do trabalho, será trabalhado com literatura de análise de política externa (APE) focada na compreensão dos elementos imateriais como fundantes das imagens/identidades internacionais na política externa, nesse sentido, para além da literatura especializada da APE articulando as contribuições de autores/as como Pierre Bourdieu, e especialmente os

conceitos de capital simbólico e capital cultural, e as contribuições desse mesmo autor para pensar o Estado. O projeto também articula autores como Norbert Elias, seus conceitos de civilização e Sociedade de Corte, Georg Simmel e como se analisa o vestuário como um dos produtos de valor produzido pela moda. Será feita a utilização dos estudos por meio de revisão bibliográfica comentada sobre Diplomacia Cultural, cultura e política externa e cultura e identidade internacional.

1 A MODA COMO ELEMENTO DE IDENTIDADE NACIONAL FRANCESA

Esse capítulo visa a compreensão sobre a moda na França, sendo necessário ligá-la a um conjunto de condições próprias da Europa Ocidental, sendo elas as condições econômicas e sociais e a suspensão das invasões nos territórios uns dos outros. Será realizada uma linha do tempo sobre a história da moda na França, passando pelos reinados que tiveram importantes contribuições para o mundo da moda e a Revolução Francesa, que mudou as estruturas na França e foi vultoso para o país. Sendo necessário retratar sobre o papel das classes e suas rivalidades, trazendo conceitos de autores importantes como: Pierre Bourdieu – sua ideia de capital simbólico, cultural e social; Norbert Elias – retratando a sociedade, os indivíduos, a estrutura social e o poder; Georg Simmel – abordando sobre a estrutura social e a relação com a moda; Gilles Lipovetsky – sobre a moda e as questões do desejo dos indivíduos de pertencimento a uma classe, que será notório essa ideia intrinsecamente nos pensamentos dos autores.

Segundo Gilles Lipovetsky, “a moda é sistema original de regulação e de pressão sociais: suas mudanças apresentam um caráter constrangedor, são acompanhadas do ‘dever’ de adoção e de assimilação, impõem-se mais ou menos obrigatoriamente a um meio social determinado” (LIPOVETSKY, 2009 p.43). Dessa maneira, a moda tem o elemento do desejo dos indivíduos em assemelhar-se aos que são considerados superiores, ou seja, que possuem posições superiores. Observa-se a classe aristocrata, que propagava um estilo de vida luxuoso quando comparado às classes inferiores. Sendo assim, a expansão da moda não foi diretamente para as classes subalternas, por séculos a moda possuía uma hierarquia das condições, havia privilégios dos vestuários e, com isso, as classes mais baixas não podiam se vestir com mesmo tecidos e acessórios que os nobres. Portanto, a moda permanece por muito tempo como algo luxuoso e direcionado às classes nobres (LIPOVETSKY, 2009).

Com o surgimento do "novo rico" a partir dos séculos XIII e XIV, paralelamente com o desenvolvimento do comércio e dos bancos, surgiam as fortunas burguesas. Os novos ricos possuíam um padrão de vida que almejava se vestirem

como os nobres, ter acesso aos itens que eles usavam, logo havia uma rivalidade entre classes (LIPOVETSKY, 2009 p.44).

Neste período cresciam as leis suntuárias na França, Itália e Espanha, tendo como objetivo a proteção de suas indústrias e, também, impedir a dissipação de metais raros, com o objetivo de impor uma distinção no vestuário, que relembraria o lugar de cada um na ordem social da época. Entretanto, ao passar dos séculos, artesãos e comerciantes passaram a usar perucas de maneira similar à aristocracia, que mostrava a necessidade do sentimento de pertencer, de se igualar a uma classe considerada nobre – aquela que possui riquezas e privilégios. Por outro lado, a nobreza não identificou a questão de querer a sensação de pertencimento das classes mais baixas positivamente, mesmo com as leis suntuárias, com ameaças e multas nunca houve eficácia na tentativa da nobreza de proibir as outras classes de consumirem o que eles possuíam de alguma forma (LIPOVETSKY, 2009 p. 44, 45).

A história da moda francesa é um elemento que foi construído no país. O rei Luís XIV, que ficou conhecido como Rei Sol, obteve o reinado mais longo da monarquia francesa, sendo 72 anos como rei. Foi o seu reinado que ficou conhecido como nascimento da alta costura, pois quando o monarca assumiu o trono, Paris ainda não era a capital da moda (como permanece até os dias atuais), na época Madrid possuía esse papel (CUNHA, 2015).

A Espanha havia tido sua Idade de Ouro, tendo acumulado um império global que alimentava a economia doméstica que estava em expansão. Sobre a moda espanhola, seu estilo rígido tinha como predominante a cor preta, que era considerado como uma cor digna pela monarquia Católica dos Habsburg, além disso, a tintura preta possuía um alto valor. A Espanha explora o Novo Mundo, através de seu exército e exploradores, importando de suas colônias do México os corantes. Sendo assim, a moda espanhola se espalhava e o estilo foi aceito pela Europa (CUNHA, 2015).

Até na França os aristocratas importavam sua moda da Espanha, mas também compravam de outros locais como a seda de Milão. Não havia produção de bens de luxo com qualidade próxima à importada e o país não tinha influência política e cultural para ter sua própria moda e exportá-la para outros países. Com a chegada de Luís XIV ao trono, essas questões sofreram mudanças, o rei tinha o luxo como um ideal, portanto, em seu reinado, tecidos, roupas e indústrias de moda se

estabeleceram. Com isso, os empregos para os súditos aumentavam, mas também havia o crescimento da influência francesa no gosto, assim surgindo um mercado interno de muito luxo e exportação (CUNHA, 2015).

Não só a moda sofreu alterações no reinado do Rei Sol, mas a arte, o teatro, a culinária, entre outras áreas. Neste momento, o rei tinha como ministro de suas finanças Jean-Baptiste Colbert, que teve grande importância para o momento, garantindo qualidade e ajudando com que houvesse competição contra as importações. Neste período, não era autorizada a importação de produtos que a França pudesse produzir, com o intuito de valorizar os produtos nacionais. Foi, também, no período do Rei Sol, a transformação de Versalhes que o palácio causou inveja pelo seu luxo extravagante. Além disso, havia um Código de vestimenta imposto contra a Corte para que o mercado de itens de moda franceses ficasse estável (CUNHA, 2015).

No plano econômico de Colbert houve estímulo à indústria francesa e às exportações, também ocorreu um aumento das tarifas alfandegárias e as medidas tomadas pelo ministro somente geraram melhorias para a classe burguesa e o Estado, aumentando a concentração de riqueza e poder (GIACCHETTA, 2012).

Luís XIV acreditava na necessidade do luxo, não somente para economia do país, mas para a sobrevivência da monarquia. O rei foi acusado de controlar os nobres para que seguissem a moda francesa, mas, com o tempo, a França se tornou um poder econômico e político dominante na Europa e sua moda passou a competir com a espanhola, logo o estilo francês começou a se espalhar pelo mundo (CUNHA, 2015).

Para o rei, a imagem possuía poder de moldar a percepção, então foi realizada a produção de gravuras da moda para que houvesse promoção dos produtos franceses e de sua cultura, na França e para os outros países, exportando suas ideias internacionalmente. Já é possível ver neste período, a moda sendo usada na política externa do país. Para essa expansão da moda foram utilizados os meios de comunicação disponíveis na época para gerar uma propaganda do que o Rei Sol queria para moda francesa, com muito luxo e riqueza, criando uma ideia de França já ligada ao luxo. Seu reinado mostra a importância das imagens e o poder que elas podem ter, já que eram destinadas ao público internacional (CUNHA, 2015).

A moda sazonal surgiu na França com Colbert, que levou à inovação de realizar a produção têxtil duas vezes ao ano, assim a população compraria mais e seria uma venda programada, como inverno e verão com peças diferentes para cada estação. Entretanto, antes já ocorria um ritmo sazonal de produção, porém o ministro formalizou as datas estabelecidas para a temporada da moda, sendo o dia de Pentecostes para o verão e as roupas de inverno no dia 1º de novembro. Com as alterações, a indústria passou a lucrar, a população obteve mais empregos com o comércio dos vestuários e a moda como é hoje se tornou um reflexo do caráter nacional francês. Essa ideia não ficou na França somente, pois com os resultados positivos para a economia, outros países passaram a utilizar dos métodos sazonais para suas produções domésticas (CUNHA, 2015).

Até a Revolução Francesa, Luís XIV continuava tendo relevância no padrão de vida da monarquia Francesa. De acordo com Volli (1988, p. 50 apud CALANCA, 2011, p. 11), a moda é “o fenômeno social da mudança cíclica dos costumes e dos hábitos, das escolhas e dos gostos, coletivamente validado e tornado quase obrigatório”. Junto com a moda, existe o costume, que é um hábito constante e que determina um comportamento de um grupo social, sendo um conjunto de inúmeros elementos que estão interligados, que será abordado no próximo capítulo, com Bourdieu.

Em resumo, alguns autores da época de Luís XIII, retratam a moda como um traço peculiar do caráter nacional. Pode-se notar a necessidade de pertencimento que a moda gerava nos cidadãos franceses, a questão de se sentir como a nobreza e como a França usou os meios de comunicação para espalhar sua moda e cultura, que antes não possuíam espaço, exportando suas ideias e vendendo o modelo francês civilizado. Além disso, usando de táticas para fazer sua população consumir mais os itens franceses que os importados para suprir a economia doméstica (CALANCA, 2011).

Contudo, a moda gerou na França não somente empregos, mas um espaço em questões internacionais. Com a Revolução Francesa e as mudanças que ela traz para o país, a França passa a ser também exemplo com suas ideias de liberdade, igualdade e fraternidade, também vendendo sua ideia de França ligada ao luxo e à civilidade. Francesco Fulvio Frugoni (1620-1688) já argumentava sobre a moda e o

papel que Paris desempenha como um chefe ao qual o mundo reporta, e na moda pode-se notar isso até os dias atuais (CALANCA, 2011).

1.1 Revolução Francesa e a mudança na moda

A moda na França sofreu alterações, com a constante mudança de guarda roupa sazonalmente, os franceses passaram a se cansar rapidamente das tendências. Antes da Revolução Francesa, de fato, já havia questões relacionadas à indumentária, mas a Revolução levou consequências para o mundo cultural e da moda. As mudanças estruturais não foram imediatas, mas as vestimentas sofreram simplificações e foram os revolucionários a vanguarda da moda.

Na imagem pode-se notar a cobertura de cabeça que era inspirada no barrete que os escravos usavam nas galés. Com essa vestimenta, os revolucionários fizeram uma conexão com a liberdade – uma das ideias importantes para eles, não somente no período da Revolução, mas remete ao lema que carregavam.

Figura 1 - *Paris Musées, L'acteur Chénard* - Ator Chénard representado no traje que usou em 14 de outubro de 1792



Fonte: PARIS MUSÉES, 2023.

Eventos de mudanças sociais refletem no vestuário e compreende-se o papel da moda na sociedade (SIMMEL, 2008b; ENTWISTLE, 2000). O foco da análise deste capítulo é a França e sua revolução ao final do século XVII, onde a moda obteve um papel de representação como uma ferramenta de denúncia de mudanças sociais. Uma figura importante foi Maria Antonieta, sendo assim, para analisar a rainha da França e Sans-Culottes, faz-se um recorte histórico cultural sobre a sociedade francesa e a Revolução (KIEVEL, 2015).

A roupa e sua caracterização social aparece como tema central nos debates a partir do século XVII (ROCHE, 2007). A moda permite a caracterização e comunicação social, sendo assim, “a moda e indumentária são formas de comunicação não-verbal uma vez que não usam palavras faladas ou escritas”

(BARNARD, 2003, p, 49-50). A moda permite a comunicação da identidade, classe social e ideologias (KIEVEL, 2015).

Como já retratado, a vestimenta usando da característica comunicativa atuava como uma ferramenta de diferenciação e de socialização, ligando-se ao conceito de representação dentro de uma sociedade, como já sustentado pelo modelo de interação sociais (LIPOVETSKY, 2009). Considerando os vestuários como marcas que delimitam entre grupos e asseguram que classes fossem separadas, se estuda, portanto, a moda como delimitador de espaços sociais, com alusão às condições financeiras e de prestígios da hierarquia social na Revolução Francesa, assim, vendo a moda como pesquisa sociológica (KIEVEL, 2015) é uma ciência que merece ter seu papel analisado nas Relações Internacionais.

Além de vestimenta, o diálogo da moda aborda a sociedade, pois trata-se de um fenômeno cultural, possuindo influência em inúmeros acontecimentos – como revoluções, movimentos culturais e artísticos. É importante analisar a perspectiva histórica, como ela interferiu na sociedade europeia, principalmente no contexto da Revolução Francesa (AZEVEDO, 2018).

Analisando as mulheres da época da revolução, que se vestiam com o intuito de informar e participar das ideias políticas do momento. Não eram todas as mulheres que aceitavam o destino patriarcal de subalternidade, durante a revolução romperam correntes culturais e históricas que as seguravam distantes da vida política do Estado (FERREIRA, 2016).

Mesmo que, durante o período revolucionário, as mulheres de classes mais baixas tenham sido excluídas da condição de cidadãs, elas possuíam uma participação importante em ações e nos ideais que levaram ao êxito dos propósitos da Revolução (FERREIRA, 2016). Uma mulher, que obteve um papel importante na classe aristocrata e ocupou um espaço social relevante na Revolução foi Maria Antonieta, a rainha viveu um reinado onde dividia opiniões.

Maria Antonieta foi do luxo à tragédia, a rainha da França, nasceu na Áustria e foi para França para se casar com um Bourbon, Luís XVI, e manter a união política entre França e Áustria. Ela ficou muito conhecida por seus luxos e sua imagem foi moldada pela importância proveniente do público ao que ela vestia. Chantal Thomas, com o livro *The Wicked Queen*, retrata a importância que foi atribuída à moda pela

rainha francesa, visto como uma das razões que virou os franceses contra ela (WEBER, 2008).

Os trajes usados por Maria Antonieta desencadeiam desordens políticas, mostrando assim a influência do vestir na sociedade e como ele pode ser uma ferramenta de comunicação e expressão. Quando chegou à França, havia um protocolo vigente sobre as vestimentas com a intenção de preservar a dinastia, esse protocolo já existia e foi imposto por monarcas franceses e passado por gerações. A rainha foi preparada para ser enviada à França, foi treinada e redesenhada para se encaixar na monarquia francesa, mas ao chegar no país, a rainha se virou contra a etiqueta vigente e passou a transformar suas roupas e acessórios em expressões, sua manifestação se remete mais a questões pessoais do que por questões políticas, como por assumir e ter autoridade pela própria imagem (WEBER, 2008).

Maria Antonieta desafiou as ideias sobre a extensão do poder de uma rainha da França, sofrendo com a pressão por herdeiros e por sua substituição, ela precisou lutar para se manter em sua posição e no país. Usou acessórios e roupas não convencionais para chamar a atenção, tendo uma "aparência de prestígio político", usando-os por Paris e em bailes em Versalhes (WEBER, 2008).

Suas atitudes mostraram que ela era mais do que um símbolo de um esforço diplomático, Maria Antonieta se vestia e gastava como quisesse, em seu jeito e atitudes demonstrava semelhanças com Luís XIV, promovendo suas ideias com a adoção de trajes diferentes e imponentes, deixando as pessoas somente com a opção de admitir a supremacia e extravagância, mostrando que o vestuário estava ligado a demonstração de poder político (GIACCHETTA, 2012).

Entretanto, a atitude vinda de uma esposa de um rei foi chocante, lutando pela mudança no costume estabelecido e procurando seus próprios termos. Ela foi auxiliada por estilistas parisienses, e não gostava das armações de saias e espartilhos, os vestidos chemise que ela apreciava geraram protestos dos cortesãos conservadores, mas a rainha continuava a utilizar os trajes. A nobreza e a burguesia, mesmo muitas vezes discordando, não conseguia não acompanhar as inovações, mesmo com críticas às vestimentas e atitudes continuavam a imitá-la e seguir a sua moda, reforçando a ideia de necessidade de pertencimento (WEBER, 2008).

O "Ministério da Moda" de Maria Antonieta atraía muita atenção, mas tinha um preço, pois os cortesãos não aceitavam suas contestações dos costumes; os aristocratas viam sua imagem como uma afronta, como se a rainha estivesse tirando a atenção do rei. Além disso, acusavam-na de esvaziar os cofres franceses, devido a crises domésticas e internacionais e não podiam permitir gastos exagerados. As extravagâncias que ela causava na época eram notórias por todas as classes. Essa questão é explicada por Caroline Weber no livro Rainha da moda:

O paradoxo resultante da carreira de Maria Antonieta como figura pública foi que, apesar de sua apreensão intuitiva do potencial do vestuário para expressar status e força, ela muitas vezes avaliou mal as reações que sua toalete despertaria nos seus súditos. O fato de que se apresentava para uma dupla audiência – aristocratas e plebeus – significava quase necessariamente que não podia agradar todos ao mesmo tempo. Na maior parte das vezes, porém, sua rebelião na indumentária gerava ou exacerbava queixas em ambos os contingentes, a tal ponto que a nobreza e o populacho, imensamente separados em tantas questões políticas, chegaram a um explosivo consenso em seu ódio a Maria Antonieta (WEBER, 2008. p. 15).

Nas ruas da cidade de Paris se espalharam imagens em panfletos com histórias sobre a rainha no mundo da moda, gerando indignação, pois fora da nobreza seus gastos deixavam evidente a desigualdade econômica francesa. A ideia da imagem dela divide opiniões, muitas vezes suas atitudes foram mal avaliadas sobre o que despertariam. A rainha foi intitulada de "*Madame Déficit*" pelas ruas de Paris (WEBER, 2008). Então, Maria Antonieta usou a moda como forma de expressão, pois para corte francesa tudo estava relacionado a aparência (CUNHA, 2020).

Portanto, a sua rebelião indumentária possuía uma ideia negativa em todas as camadas sociais, mesmo com todas as questões políticas que dividiam as classes, a imagem que a rainha passava era de consenso. Seu reinado de extravagâncias e dos privilégios não sobreviveu à revolução (GIACCHETTA, 2012).

Com a Revolução, Luís XVI foi derrubado e os revolucionários buscavam uma reforma radical da sociedade, com o lema de liberdade, igualdade e fraternidade, ideia que mais tarde a França vai exportar culturalmente. Antes da tomada de Versalhes, em outubro do ano de 1789, a coleção de itens da até então rainha ocupava três aposentos do palácio, mas com o fim, em 1793, com a execução dos monarcas,

alguns itens de Maria Antonieta foram preservados como relíquias, mas muitos se destruíram nos ataques (WEBER, 2008).

Durante a Revolução Francesa que foi notório a primeira consciência de uma maior participação política do povo, não somente realeza e nobreza, mas da burguesia que estava emergindo e da classe mais pobre (LIPOVETSKY, 2009; RIBEIRO, 1988). Portanto, é a vestimenta a ferramenta que evidencia as mudanças sociais pois "através do vestuário, também é possível empreender o estudo da mudança e da história" (MCCRACKEN, 2003, p. 87).

Durante a Revolução, a vestimenta foi um campo de luta social, já que ao utilizá-la poderia demonstrar sua posição política, os republicanos incluíam símbolos e um deles era sua vestimenta. Este foi um pilar para a nova cultura francesa após a Revolução. Pode-se notar a moda inserida na revolução pela questão do senso de diferenças das classes, a questão de auto expressão, visto nos revolucionários (RIBEIRO, 1988, p. 19).

Do lado da Revolução estavam os Sans-Culottes, ao contrário de Maria Antonieta, representa a classe social baixa, onde faziam uso das vestimentas como uma forma de ideologia republicana, eles usavam calças longas se diferenciando das classes nobres. Durante a Revolução este grupo foi tido como o mais radical, era composto por pequenos comerciantes, trabalhadores urbanos e até desempregados. Buscavam igualdade entre a população, criaram associações para formar uma organização política e social para serem inseridos nos processos de transformação social que foi a Revolução (KIEVEL, SCHERER, 2015).

A importância da vestimenta vinha da distinção social que representava, diferente da nobreza, com seus trajes renomados com bordados e riquezas, os Sans-culottes vestiam calças compridas grosseiras, com um vestuário simples, mostrando o patriotismo do grupo. Suas vestimentas se tornaram um símbolo político na história com a representação da luta revolucionária, somando a suas ideias e luta, expressam a busca pela igualdade na França (KIEVEL, SCHERER, 2015).

Os contrários à aristocracia seguiam o lado oposto do antigo regime de desigualdades, buscavam direitos aos homens mais pobres, propostas políticas de empregos, tendo uma visão social. Nesta relação entre Maria Antonieta e Sans-Culottes pode-se ver as atribuições de Bourdieu sobre a observação do *habitus* e o

meio social interferirem no gosto pessoal, sendo determinado pela estrutura social em que se está inserido. Durante a Revolução, compreende-se que a "moda responde a mudanças sociais e políticas" (ENTWISTLE, 2000, p. 63), pois ela é determinada pelo espaço e tempo que está inserida (KIEVEL, SCHERER, 2015).

Figura 2 - Tomada da Bastilha, pintada por Jean-Pierre Houël em 1789.
Galeria Nacional da França



Fonte: REMADIH, 2017.

Portanto, a Revolução Francesa foi um divisor de águas na história da moda, no pós Revolução o luxo e a moda passam a ser uma questão individual, diferente dos modelos aristocráticos, o individualismo passa a ser um valor e com isso passa a ser buscado e construído, não havia mais garantia pelo nascimento como durante o período da aristocracia. Mesmo com as mudanças a moda seguiu sendo um elemento utilizado para manter ou conseguir capital cultural, social ou simbólico (MICHETTI, 2006), como será visto.

A Revolução fez a extravagância na indumentária ser deixada de lado, e com isso a Grã-Bretanha adota a moda francesa, mas a mudança não foi somente em

relação a roupas, foi alterada a relação da sociedade com a moda, as regras foram retiradas, mas ainda existia as condições econômicas diferenciando a indumentária (ALENCAR; BESSA, 2016).

1.2 Bourdieu e suas ideias em relação a moda: *habitus*; campo; poder e capital simbólico; capital cultural e social

Pierre Bourdieu nasceu 1º de agosto de 1930, no sudoeste da França, na cidade de Béarn, foi filósofo por formação, mas desenvolveu importantes trabalhos no campo da etnologia, antropologia e conceitos relevantes para sociologia, como o *habitus*, campo e capital social. Sua obra é muito abrangente e aborda as diversas áreas como a cultura. No ano de 1962, fundou o Centro Europeu de Sociologia, suas pesquisas e observação dos hábitos culturais, principalmente dos franceses, levam à conclusão de que gosto e estilo de vida estão ligados a questão da experiência social de cada grupo.

A moda se torna um sistema de regulação e de pressão sociais, havendo um dever de adoção e de se assimilar com um meio social determinado, como visto anteriormente. Em Bourdieu, pode-se analisar a homologia entre os bens de luxo e os bens de "cultura legítima" (BOURDIEU, 1983). Analisando através da moda, pode-se notar como a questão cultural entra nas relações de produção e lutas internas da dominação do campo. Mesmo a moda não sendo política por natureza, quando surge movimento de contestação das estruturas hegemônicas dentro da moda, ela passa a ser política. Para compreender Bourdieu precisa-se analisar o conceito de *habitus*:

(...) *habitus* - entendido como um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações - e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças às transferências analógicas de esquemas, que permitem resolver os problemas da mesma forma, e às correções incessantes dos resultados obtidos, dialeticamente produzidas por esses resultados (BOURDIEU, 1983, p.65).

O *habitus* seria como o processo de formação da identidade e subjetividade, no que diz respeito à família, manifestações externas de influências de estruturas sociais, não sendo somente as experiências individuais, mas uma junção do sujeito individual e do mundo externo no qual ele é inserido, e esse mundo que orienta as

ações. Em relação a moda, o conceito bourdieusiano de *habitus* explica as relações de socialização e o fenômeno da moda. Que para Setton,

A moda expressaria de maneira exemplar a condição de construção de um *habitus* afinado à configuração de uma particular maneira de se socializar. As disposições de *habitus* relativas ao universo da moda poderiam ser consideradas a partir de categorias de percepção, de apropriação e de ação híbridas que tenderiam a ser acionadas conforme os contextos de produção e realização (SETTON, 2008, p. 129).

Para Bourdieu, dentro da lógica das práticas sociais de distinção, o gosto não é um resultado das disposições inatas do sujeito, ele é um processo educativo que é determinado pela estrutura social, onde as práticas sociais ocorrem, com base em lutas de dominação socialmente impostas (BOURDIEU, 1983). Portanto, para Bourdieu a moda deve ser analisada como expressão de *habitus* que foram construídos durante o processo de socialização e foram traduzidos por mecanismo estruturais de diferenciais. O que pode ser visto na França durante o reinado do Rei Sol, já abordado. Bourdieu faz vínculos entre a produção, circulação e consumo, há aspecto simbólico no consumo, ele consegue desenvolver a partir da alta costura e conflitos entre os novos e antigos criadores seu conceito de campo (RAINHO, 2010).

Segundo Bourdieu, o campo consiste em espaços de relações sociais entre agentes que possuem diversidade de posicionamentos sociais e também de capital desigual, onde se dão lutas internas de dominação de poder. O que pode ser visto na França com a revolução, onde houve uma tomada de decisões por uma classe social que não era a nobreza.

Para Bourdieu, a estrutura social é vista como um sistema hierarquizado de poder e de privilégio. Poderes e privilégios determinados, tanto pelas relações materiais e/ou econômicas (salário, renda), como pelas relações simbólicas (status) e/ou culturais (diplomas) entre os indivíduos. A diferente localização dos grupos nessa estrutura social deriva da desigual distribuição de recursos e poderes de cada um de nós (SETTON, 2008, p. 126).

O campo, para Pierre Bourdieu, refere-se a todos os espaços onde há o desenvolvimento de relações de poder e se configura por meio da distribuição desigual do poder, abrigando a luta entre os dominantes e dominados pela conquista

e manutenção de posições de destaque. Nos campos, há determinadas normas que regulam o seu funcionamento, no campo político pode-se estabelecer conexão com o capital político, que é um capital simbólico relacionado à reputação (SILVA, 2021).

No livro “O Poder Simbólico” (1989), o autor retrata sobre o poder simbólico ser o poder que as classes dominantes são favorecidas por um capital simbólico, logo a classe que exerce dominação é a que reproduz e exerce poder. Portanto, os símbolos são uma forma de integração social, e é isso que faz possível existir o consenso sobre o sentido do mundo social, sendo ele necessário para ter a ordem social (SETTON, 2008).

Em Bourdieu (1989), aborda-se sobre obter o resultado que deseja tanto utilizando o poder simbólico, quanto com o uso de recursos militares e econômicos (BALLERINI, 2017). Fazendo o uso de elementos culturais como meios de expansão, portanto, pode-se notar a arte e o idioma como instrumentos que estruturam uma lógica no mundo e que possibilitam que haja a dominação de classes (BALLERINI, 2017).

Para que se estabeleça essa forma de poder, os símbolos são essenciais, pois, com a construção de sentido do mundo social, há propagação da ordem social (BOURDIEU, 1989). Para que haja a efetivação do poder simbólico é necessário que se incorpore os símbolos no mundo social (SILVA, 2021).

Como o ser segundo Aristóteles, o mundo social pode ser dito e construído de diferentes modos: ele pode ser praticamente percebido, dito, construído, segundo diferentes princípios de visão e de divisão — por exemplo, as divisões étnicas —, dando-se por entendido que os reagrupamentos no estruturado espaço construído na base da distribuição do capital apresentam maiores probabilidades de serem estáveis e duradouros e que as outras formas de reagrupamento estarão sempre ameaçadas pelas cisões e oposições ligadas às distâncias no espaço social (BOURDIEU, 1989, p. 137-138).

A cultura adquire aspectos inclusivos e distintivos que podem separar ou aproximar grupos sociais (BOURDIEU, 1989). Nas produções simbólicas há espontaneidade, mas representam interesses particulares no que se diz ao incentivo de integração entre a classe dominada e dominante, tendo o equilíbrio de ordem social pela hierarquia (BALLERINI, 2017). Sendo assim, os sistemas de símbolos “[...] cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da

dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) [...]” (BOURDIEU, 1989, p. 11), desta forma, o dominado não percebe o que está ocorrendo (SILVA, 2021).

A violência simbólica não faz uso de forças ou causa restrições econômicas, ao contrário, é socialmente aceita e impõe estruturas que sustentam o poder simbólico (GUTIÉRREZ, 2004). A indústria cinematográfica é uma viabilizadora de difusão dos costumes e princípios de uma cultura específica (SILVA, 2021).

Os Estados buscam obter e manter uma posição de dominação em relação à hierarquia no próprio campo. Para manter a dominação buscam fazer uso de capital econômico, social, cultural, entre outros. Com a França tendo uma dominação no campo da moda, exportando suas ideias e investindo no que era nacional, promovendo suas ideias, fazendo uso de capital econômico, social e cultural para buscar uma dominação e mantê-la. As hierarquias refletem mais do que diferenças, elas mostram a estrutura, teoria de distinção, usando a legitimidade cultural como base para aquilo que é imposto por quem domina o campo, como estéticas promovidas pelas elites. Criando uma relação de hierarquia e autoridade tendo como base o poder simbólico – sendo relativo a importância da distinção social estabelecida. Portanto, a França tem a moda como poder simbólico, e dentro do campo pode-se ver as lutas de dominação (MICHETTI, 2006). Para Michetti:

Explicita-se, assim, a existência de relações entre moda e cultura: além de se constituir como parte da esfera simbólico-cultural das sociedades contemporâneas, a moda seria integrante da cultura na medida em que possui implicações na configuração social do gosto estético. Ela estaria vinculada ao habitus por ser expressão do gosto individual socialmente formatado segundo a posição dos indivíduos nos diversos campos sociais (MICHETTI, 2006, p. 44).

As ideias de Bourdieu abordam a oposição à moda popular, com a questão de deter o monopólio da legitimidade, assim tendo o direito de estabelecer os mecanismos de diferenciação a serem incorporados na moda pela hierarquia do campo, dentro da distinção, como usar a moda para se distanciar e diferenciar. Para o francês, a moda é como um campo onde os indivíduos competem pela distinção e o reconhecimento, ela seria o "bem simbólico", como uma modalidade de consumo cultural dos indivíduos (MICHETTI, 2006).

A moda ainda faria conexão com o *habitus*, por ser uma expressão do gosto do indivíduo socialmente formatado sobre a posição no campo social. Para Bourdieu, a grife seria uma transferência do valor simbólico por um processo de "alquimia social", ela alteraria a qualidade social do produto sem que houvessem modificações reais (MICHETTI, 2006).

Portanto, pelo fato de a moda consistir em um bem simbólico, ela gera auxílio na reprodução do capital e na estrutura de classes que a sustenta. É fornecido, à classe dominante, pela Alta Costura, suas marcas simbólicas e, então, a alta costura e a baixa existem uma pela outra, e referem-se à classe que o indivíduo que a veste pertence. Então, a questão simbólica está relacionada à configuração social, mas, para Bourdieu, a moda além de gerar diferenças simbólicas, corrobora com a reprodução do capital e da manutenção da estrutura de classe (MICHETTI, 2006).

No campo da moda, Bourdieu aborda também sobre a cultura legítima, a qual se revela passível de contestação. A evolução do campo gera a possibilidade de surgir novos paradigmas de legitimidade, assim gerando novos agentes legítimos – como as revistas tradicionais e agentes que possuem capital midiático como blogs, mídias sociais. Na atualidade, existem os influenciadores. Portanto, estes agentes mexem com a organização interna e removem das elites a legitimidade de ditar a moda e espalham para as outras classes, tornando algo mais acessível e menos elitizado.

Portanto, há autores que contribuem com as ideias de Bourdieu, como Norbert Elias e Georg Simmel, que elaboraram pesquisas que tratam sobre as sociedades e contribuem para compressão desse elemento e da análise da moda, permitindo relacionar com a sociedade francesa.

1.3 Norbert Elias e Georg Simmel: seus conceitos e estudos

Norbert Elias foi um sociólogo alemão que viveu entre 1897 e 1990, teve como maior reconhecimento seu livro "O Processo Civilizador" (COSTA; MENEZES, 2014). Nos estudos de Elias pode-se notar a relação dos indivíduos e a sociedade, onde o indivíduo e o social são dois aspectos do mesmo ser humano, sendo assim as estruturas sociais e a personalidade têm uma inter-relação. Para o autor, o conceito de civilização implica em uma autoimagem das sociedades do ocidente, havendo uma transformação de comportamentos humanos (GARCIA, 2008). De acordo com Elias:

Todas aquelas particularidades que atribuímos à civilização, isto é, máquinas, descobertas científicas, formas estatais, etc., são testemunhos de uma certa estrutura das relações humanas, da sociedade e de um certo modo de organizar os comportamentos humanos. O que resta é perguntar-se se a consciência que reflete a *posteriori* pode ter acesso com alguma precisão ao conhecimento destas transformações do comportamento e do processo social da ‘civilização’ dos homens, ao menos para etapas concretas e em seus aspectos mais essenciais (ELIAS, 1993, p. 105).

O conceito de *civilité* provém da obra de Erasmo de Rotterdam, “*De civilitate morum puerilium*”. Esta trata-se de uma espécie de manual de boas maneiras, como uma forma de doutrinação, recomendando maneiras de agir. Portanto, Elias fez uso dos “manuais de etiqueta” em sua pesquisa (GARCIA, 2008). O conceito de civilização vem da palavra francesa *civilité* e se relaciona com a formação da Sociedade de Corte Europeia (COSTA; MENEZES, 2014).

Através dos estudos de Elias, influenciado pelo conceito de *civilité*, analisa-se como ocorreu o processo civilizador no Ocidente, partindo do princípio de que foi na formação do Estado Absolutista que se dá origem a esse fenômeno. Portanto, para Elias, civilização seria a denominação dos comportamentos que moldam a configuração da sociedade ocidental. Uma fase fundamental desse processo foi o momento em que a burguesia se apropriou do comando das nações europeias, foi com ela que a noção do civilizado como superior surge na percepção europeia sobre outros povos (COSTA; MENEZES, 2014).

[...] uma fase fundamental no processo civilizador foi concluída no exato momento em que a consciência de civilização, a consciência de superioridade de seu próprio comportamento [da burguesia] e sua corporificação na ciência, tecnologia ou arte começaram a se espalhar por todas as nações do Ocidente (ELIAS, 1994, p. 64).

Elias entende que civilização e civilidade estão ligadas a Sociedade de Corte, e com a chegada da burguesia ganha novas faces, existindo dois momentos: as mudanças sociais e as mudanças individuais. Ambos os processos ocorrem pela luta (COSTA; MENEZES, 2014).

Elias viveu pouco tempo em Paris, porém foi neste período que publicou seus primeiros trabalhos (COSTA; MENEZES, 2014). O autor acredita que "faltam teorias empiricamente baseadas para explicar o tipo de mudanças sociais de longo prazo que

assumem a forma de processo e, acima de tudo, de desenvolvimento" (ELIAS, 1994, p. 216). Em sua perspectiva social não há separação entre o indivíduo e a sociedade.

O sociólogo alemão explica sobre a centralização de poder do Rei, fazendo relação com o aumento da qualidade de moeda em circulação nos reinos, causando o aumento de preços e empobrecendo a nobreza, mas enriquecendo o rei com a arrecadação de impostos (COSTA; MENEZES, 2014).

Para Elias, o poder é relacional, ou seja, precisa ter um referencial do qual ele parta, havendo a necessidade de ter equilíbrio, como a Corte na Sociedade de Corte e o Estado nas sociedades atuais. A distinção social é indispensável para a estrutura cortesã que será um impulso para o comportamento civilizado (COSTA; MENEZES, 2014). Portanto, a distinção social é também um dos motores dos processos civilizadores (GARCIA, 2008).

Em relação a Sociedade de Corte, abordam-se as ideias de Elias sobre a etiqueta e o cerimonial em uma pequena escala, como na Corte de Luís XIV, onde havia forma de exercer o poder, tendo elementos que fazem diferenças entre os indivíduos, sendo de proximidade ou distanciamento, no caso do rei, distanciamento. A figura do rei precisa ter o reconhecimento do seu prestígio através da aprovação de outros, e isso ocorre pela imagem que um grupo estabelecido tem de si, como eles associam a imagem (FARIAS, 2014).

Para Elias, as relações de poder se modificam de acordo com as transformações que ocorrem no meio social. Portanto, relata-se a relação entre as mudanças na estrutura social e nas estruturas de comportamento e da psique dos indivíduos (FARIAS, 2014). Como ocorreu com a Revolução Francesa, pois antes a sociedade francesa se portava de um modo, com os nobres e suas etiquetas e extravagâncias e, após a Revolução, houve mudanças culturais, também envolvendo a moda.

Elias notava, sobre as Cortes, um universo de concorrência que despertava a arte de observar e de interpretar os semelhantes, estudando os comportamentos e os motivos dos homens. Com a moda, as pessoas não deixam de observar a si e a Corte, pois a moda estimulou esse ato de análise sobre a elegância do outro, desencadeando também uma auto-observação. A moda influencia a construção de como se conectam as relações de poder, permitindo um vínculo entre as posições de

poder, de classe, nação, mas também individualizar a vaidade, produzindo relações sociais.

O sociólogo também aborda a respeito de dois *ethos* que comandavam e formavam relações na sociedade: *ethos* social (burgueses) e o *ethos* do consumo em função de status (realeza e nobreza). Fazer parte de grupos diferenciados era uma honra e não pertencer a eles era como uma perda de identidade, pois fazer parte da "boa sociedade" pedia comportamentos adequados. A nobreza lutava por meio de elementos simbólicos para manter ou ampliar o *status* e a distinção e havia uma dependência do favor real para estar no grupo social aristocrata (GARCIA, 2008; KIEVEL, 2015).

Elias (2011), retrata o *ethos* social, abordando sobre famílias que tinham maiores rendas controladas pela submissão das despesas às receitas, sendo a diferença uma economia a ser investida, visando ganhos futuros. Portanto, através de estratégias de ganho e perdas, a família conseguiu o seu êxito social, buscando mais *status* na sociedade, como visto na questão da burguesia buscando se parecer com a nobreza. Nessa sociedade de gastos exorbitantes, para atingir uma posição social uma família chegava a se destruir, onde gerava lugar para outra que passava a consumir seu capital. Assim, causando um ciclo levando famílias burguesas antes enriquecidas que alcançaram a nobreza passarem a nobres financeiramente arruinados. Todos os que faziam parte da sociedade francesa da época reforçaram esse sistema, não importava a classe (COSTA; MENEZES, 2014; KIEVEL, 2015)

Elias possui também a denominação de "circulação de modelos", onde a moda servia para distanciar classes ou para reafirmar pertencimento, essa quando imitada pelo resto da sociedade gerava circulação de modelos, que seria para Elias:

A coação que a estrutura crescente de funções exerce para impor uma precaução maior, uma autodisciplina mais estrita e uma constituição mais sólida do superego [a autocoação] torna-se visível, primeiramente, em pequenos centros funcionais. Depois uma quantidade superior de círculos funcionais vai se integrando no Ocidente. Finalmente, começa nos países não europeus a mesma transformação das funções sociais e, com isso, do comportamento e do conjunto do aparato psíquico, embora ainda ancoradas em formas civilizadoras anteriores (ELIAS, 1993, p. 472).

A corte da França seguia a necessidade de *status*, pode-se notar presente o desejo de distinção em suas maneiras, nos modos, etiquetas e tradição social. A sociedade francesa estava ligada ao conceito de civilização e usou sua história e tradição para levá-lo para fora da Europa.

Para Georg Simmel, nascido em 1º de março de 1858, filósofo e sociólogo alemão identifica na moda a questão da dialética particular, onde expressa as relações dos indivíduos com grupos/classes e o caráter de diferenciação individual (SIMMEL, 2008b). Por essa perspectiva Lipovetsky, vê a moda como uma estrutura social centrada sobre a temporaneidade do presente (LIPOVETSKY, 2009). Para Simmel, a moda se molda a partir da visão dualista da natureza humana. Portanto, a moda seria como um agir unitário, tendo a necessidade de se identificar em relação a um grupo, fazendo uma imitação social, mas também possibilitando o indivíduo de se diferenciar da sociedade com a afirmação da sua identidade própria (LAMOGLIA, 2017). Então, para o Simmel, a moda possui essas duas dimensões.

Ela é imitação de um modelo dado e satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornece um universal, que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para diferenciação, para mudar e se separar (SIMMEL, 2008b, p. 24).

Na França, como visto, nota-se a questão da imitação, através do desejo da burguesia de se parecer com a nobreza, de buscar elementos em comum, e com a necessidade da elite de se diferenciar cada vez mais. Logo, as Leis Suntuárias tinham a intenção de proteger suas indústrias e também impedir a aquisição de alguns itens para relembrar a hierarquia social da época. Essa questão em Bourdieu pode ser vista nos poderes e privilégios sendo determinados pelas relações, sendo elas simbólicas, como o status, ou econômicas; na moda se expressa muito bem o *habitus*, a forma de conseguir se socializar.

Simmel retrata que a moda é sempre de classe, que seria a moda da classe superior que se destaca e se diferencia das demais. A moda não é somente feita de interconexões, nela também há os confrontos e as diferenças nas formações sociais.

Então o filósofo acredita que a moda gere um estímulo a imitação e distinção, mas que proporciona relativa individualização e também a caracterização de personalidade, sendo assim, navegando entre imitação geral e uma caracterização, personalidade própria. Em especial, em relação às mulheres pode haver a possibilidade de aderirem a moda particularmente pela questão de posição social, pois pode-se estabelecer uma relação com a debilitada posição delas na sociedade ao longo dos tempos (SIMMEL, 2008a).

1.4 Conclusões parciais do capítulo

Em resumo, a moda cresceu com os reinados franceses, obtendo influência da aristocracia e, através da Revolução sofreu modificações, mas não deixou de ser utilizada pela França como uma forma de exportar suas ideias. A moda trata-se de uma ideia construída no país, que sobreviveu ao longo do tempo e segue sendo influente no mundo da moda e alta costura. A França usou a moda como um capital simbólico, utilizando as ideias de Bourdieu, foi uma expressão de *habitus* onde houve influências de estruturas sociais, sendo hierarquizadas através de poder e privilégios. Assim, como retrata Elias, a moda sempre foi pertencente à classe social, e na moda francesa foi notória a necessidade de pertencimento inserida na sociedade.

Portanto, desde o início ela esteve ligada a um desejo de pertencimento e, até a atualidade, tem relação com luxo e expressa um padrão de vida. Um consenso entre as ideias dos autores, refere-se a questão das classes, nos três autores pode-se notar a moda relacionada a classe social, divisão social e hierarquização. Contudo, a história da moda é analisada através das estruturas e conflitos sociais, ou seja, ao longo da história ela sempre teve componentes sociais e foi ligada no Ocidente a ascensão social.

Com Elias, foi possível compreender a respeito da ideia de civilização, denominando comportamentos que moldam as sociedades, a França levou seu conceito de civilização, economicamente investindo no nacional, propagando imagens, moldando sua identidade nacional, já que com o europeu que surge a noção

de que o civilizado seria superior. E com Simmel, pode-se notar na realidade francesa sobre a necessidade de imitação, para suprir a necessidade de apoio social.

Sendo assim, o Rei Sol foi uma figura importante na formulação da identidade nacional, nos conceitos das Relações Internacionais, o rei valorizou o âmbito doméstico, investindo nas imagens para moldar a visão do âmbito internacional sobre a França, fazendo uso de seu capital simbólico e cultural para se inserir nas relações internacionais, substituindo a Espanhol em relação a moda. Nos capítulos a seguir será notório a utilização de capital cultural e simbólico pelo país, como diplomaticamente a França se torna importante e mantém sua dominação cultural com o passar dos anos, será notório a importância de Luís XIV para disseminação da cultura e moda francesa.

2 FRANÇA COMO UM PAÍS EXPORTADOR DE IDEIAS

Antes de exportar sua moda, a França exportou seus ideais e ideias de democracia. Após a Revolução, o país influenciou outros países com a sua imagem de liberdade, igualdade e fraternidade. Sempre utilizando de poder simbólico em sua dominação. Sendo visto a respeito de sua influência nos campos intelectuais e políticos, como o país Europeu espalhava suas ideias pela Europa e outros continentes.

A França obteve um papel importante não só na Europa, mas no mundo com sua influência nos séculos XVIII e XIX, inserindo ideias e também influenciando em movimentos políticos. Portanto, sua influência se inicia politicamente e socialmente nos países europeus, seguindo para outros continentes. A França disputou um espaço na hegemonia mundial com a Inglaterra, mas sua forma de dominação se distanciava da inglesa (AZEVEDO, 2018).

França foi um país que difundiu o Iluminismo, que foi um movimento intelectual do século XVIII, neste período havia escritores importantes como Montesquieu, Rousseau e Voltaire. Portanto, a França exportou suas ideias e ideais como liberdade, igualdade e fraternidade, essas ideias foram relevantes para a construção do Estado Moderno. Os intelectuais franceses tiveram importância na propagação de ideias e do Iluminismo (AZEVEDO, 2018), influenciando sociedades e governos principalmente na Europa.

O Iluminismo fez o século ficar conhecido como Século das Luzes, onde houve uma grande influência francesa no movimento e em questões políticas. No movimento havia críticas sobre o modelo de estado absolutista e também sobre a forma econômica vigente. Foi nesse período que antecedeu e influenciou revolução como a americana e francesa (ZIMERMANN, 2021).

Como visto sobre a Revolução Francesa, ela causou impactos em inúmeras áreas, mas não somente na França como em outros países, ela influenciou o surgimento de movimentos nacionalistas e também em lutas pela independência. Na América Latina um país que sofreu influências francesas foi o Haiti que teve sua luta pela independência influenciada pela Revolução.

Portando, pode-se notar como a França exerceu um papel fundamental na construção do mundo moderno, como a difusão de suas ideias e movimentos políticos, sendo eles o Iluminismo e a Revolução Francesa. Principalmente na Europa sua influência contribuiu na formação dos Estados nacionais com mais democracias e igualdade, como era seu lema. Mas, a influência francesa não se resume a questões políticas, ela atinge o âmbito cultural e artístico, principalmente pós globalização. A França também causou impacto com a sua cultura e arte em outros países. Assim o país tem uma influência múltipla e que permanece na história europeia e mundial.

A capital Paris foi transformada na Cidade Luz, seu modelo de cidade viajou o mundo, e foi de importante representação. Pois, com a França houve a ruptura do antigo e do novo. Paris foi reformulada entre 1851 e 1869, portanto, a cidade foi um projeto urbano, um centro repleto de modernidade, também houve crescimento em relação à população e progresso socioeconômico. O modelo cidade de Paris não podia ser exportado para outras realidades, mas suas ideias sim (PETER, 2007).

A França no final do século XX foi orgulho para o governo Francês, sendo satisfatório a visão associada ao país, ligando a sua civilização e seu processo. Sendo essa visão não somente da França, mas de toda Europa (PETER, 2007).

Em relação ao papel francês no mundo das Relações Internacionais, o Dia da União Europeia foi uma proposta do francês Robert Schuman, ele foi Ministro dos Negócios Estrangeiros. Schuman apresentou em 9 de maio de 1950 a ideia da criação de uma entidade europeia. Portanto, foram esses os primeiros passos para criação da União Europeia. O Francês se transformou em um idioma da diplomacia europeia (ALIANÇA FRANCESA, 2021).

A influência francesa no mundo deve-se muito a resultados de guerras e de conquistas do país. O nome França surgiu no ano 800 com o rei dos Franco, foi uma tribo germânica que povoou o país e a nomeou como França. Após anos, em 1066 o país obteve difusão de sua cultura e língua entre nações europeias com Guillaume, que foi Duque da Normandia, que se localizava ao norte da França e invadiu a Inglaterra. Portanto, como rei, ordenou que a sua língua fosse utilizada na corte e no poder público, mas as pessoas não aceitaram facilmente, entretanto o francês foi incorporado ao vocabulário inglês, como as palavras *government and parliament* (ALIANÇA FRANCESA, 2021).

Entretanto, essa influência não foi originária somente de guerras, como visto, a França cresceu com a sua cultura, ditando costumes e modas, influenciando outros países em produtos intelectuais (ALIANÇA FRANCESA, 2021).

A Universidade de Paris foi uma das primeiras universidades europeias, a universidade atraiu pessoas de diversas partes da Europa e fora, reafirmando Paris economicamente e culturalmente como um centro (ALIANÇA FRANCESA, 2021).

Após os séculos de conflitos, foi no XVII que a diplomacia ocupou um espaço na relação dos países. A diplomacia francesa ganhou força com o reinado de Luís XIV, onde houve uma dedicação para formação de uma rede diplomática entre a Europa. A França encaminha representantes do estado francês para diversos locais, construindo relações diplomáticas, que na época não possuía grande importância direcionada a essa área (ALIANÇA FRANCESA, 2021).

O francês ganhou espaço com a sua diplomacia sendo relacionado à idioma diplomático e adotado pelas elites, pois, tratados foram redigidos em francês, como o Tratado da Paz de Westfália, em 1648. O francês não foi utilizado somente na esfera política, foi adotado pelas elites e cortes, sendo ensinado desde o nascimento. Portanto, sendo possível ver a força exercida pela França, somente usando elementos nacionais de sua cultura (ALIANÇA FRANCESA, 2021).

No período da Belle Époque, por volta de 1880, a França foi um modelo a ser seguido (MENDES, 2015), isso em relação à moda que exportava aos outros Estados, principalmente para as elites. Nos anos seguintes a 1918, ao final da Primeira Guerra Mundial, a economia francesa passou por um declínio, mas o país seguiu no imaginário como um centro e referência. Entretanto, com a Segunda Guerra (1939-1945), os Estados Unidos passam a exportar sua cultura, e muitos países, como o Brasil, começam a absorvê-la, já que os Estados Unidos surgem no cenário internacional como uma potência mundial (PETER, 2007).

Com a Guerra Fria (1947) e a competição ideológica que estava ocorrendo no campo político, cultural e tecnológico, pode-se estabelecer conexão com a França utilizando de difusão cultural como uma ferramenta de política externa, pois, a imagem nacional de um país usando seus ideais demonstra sua posição no Sistema Internacional (OLIVEIRA, 2021).

Com a chegada da globalização houve o multiculturalismo que levou novas influências a todos os cantos do mundo, mas o francês conseguiu permanecer no papel de destaque na Europa. O francês permanece como um dos idiomas de instituições como a OTAN e ONU, e ao lado do inglês e do alemão é utilizado na União Europeia, que a França influenciou diretamente na ideia de criação (ALIANÇA FRANCESA, 2021). Reafirmando a influência francesa em diversos campos.

2.1 A influência francesa no campo da moda

Entrando na questão da moda francesa como influência em todo mundo, ela causou impacto não somente pelo vestir, mas pelo falar. O costume passado adiante possui uma capacidade de produzir valores sociais em uma sociedade, e há paixão não somente das classes altas de sentir uma ascensão social, mas de todos, isso faz relação com a moda e a cultura importada da França. A moda se liga não somente a ideias, mas a economia.

Para explicar essa influência francesa ao longo dos séculos foi usado Bourdieu, retratando a moda como uma prática social, permitindo construir uma ponte entre a história francesa ligada à moda e seu crescimento, exportando suas ideias e se tornando palco de grandes marcas, assumindo um papel de extrema importância no mundo.

A moda francesa não é somente imagens, mas uma articulação desde seu início visto com fenômenos socioeconômicos, culturais, costumes e política. O país soube introduzir sua moda e costumes no sistema mundial até ser reproduzido em outros lugares, sendo assim se tornou um patrimônio comum. Compreende-se que a vestimenta ganha força quando passa de um ato local para algo externo ao seu país, sendo um fato social global.

Voltando a Norbert Elias (1897-1990), "Sociedade da Corte" pode-se compreender que a moda foi utilizada como se fosse uma carta na luta de distinção, onde com maneiras diferentes de vestir os nobres podiam gerar rivalidades internas da aristocracia, e isso foi modificado com o passar do tempo, mas ainda mantendo o sentimento de distinção e representação social. E foi isso que ocorreu na França, o

país vendeu a moda da diferenciação, fazendo com que fosse desejado o que eles possuíam.

A França exportou seu modelo de luxo para toda Europa, como visto, a França possuía muita influência perante as cortes europeias, principalmente na indústria do luxo. Há importância das imagens, e nelas gravuras de moda que serviram para expandir as ideias de moda francesa, houve as *costume plates*, que mostravam como as pessoas se vestiam após o acontecido, e depois no século XVIII o *fashion plates*, que havia intenção de mostrar como deviam se vestir (LIMA, 2012).

Citando a importância das imagens para moda francesa pode-se ver o *Journal de la Mode et du Goût*, que era destinado a moda da França, e no período da Revolução mostrou diversos trajes revolucionários.

Figura 3 - A imagem mostra o estilo da Constituição.



Fonte: ATELIER NOSTALGIA, 2023.

As imagens e gravuras da época conseguem preencher o espaço em branco que ficou dos itens que não foram possíveis conservar, o pouco que se tem são itens pertencentes à aristocracia, e nisso entra a questão dos tecidos que mostravam ainda mais o pertencimento social e ideia da moda francesa (AZEVEDO, 2018).

Na construção de sua identidade nacional, a França utilizou muito de imagens, já em Luís XIV era notório a importância das gravuras, nada pertencentes a elas eram ao acaso, tudo era planejado, mostrando poder até nos tecidos usados, e as cores das roupas eram fatores sociais representando posição de classe. Tudo se espalhando no âmbito doméstico e também internacional. Para Dejean (2011):

Se os criadores da moda não tivessem aprendido essa lição logo no início, Paris não teria se tornado o berço da indústria da moda. Outras cidades – por exemplo, a Veneza do século XVI – já tinham desempenhado o papel de referência de estilo para o mundo ocidental antes de Paris; nenhuma, no entanto, tentou transformar a moda em um mercado e, por isso, sua supremacia não durou muito tempo. Ninguém antes dos mercadores de moda parisienses do fim do século XVII fora capaz de conceber a moda como um meio de manipular os desejos e a imaginação dos estrangeiros (DEJEAN, 2011, p. 78).

Nos séculos XVIII e XIX a moda francesa já possuía um certo domínio, ela influenciou a corte portuguesa desde a Revolução Francesa até a saída da corte lusitana no Brasil. Mesmo com a ida da Família Real portuguesa para o Brasil, a França seguiu tendo influência nos hábitos, podendo se ligar à moda a " modo " (AZEVEDO, 2018).

Segundo François Boucher, a alta costura portuguesa e espanhola seguia a moda francesa. Ainda na Europa, em Portugal a França encontra seu melhor apoio, onde imitam a moda de Paris. Na França, após a morte do Rei Sol passa por um processo transitória de gosto, pois, o rei que teve extrema importância para a moda (LIMA, 2012).

No período pautado houve inúmeras mudanças no mundo das ideias, com visto com os movimentos intelectuais e Iluminismo, tudo causando uma nova maneira de se ver o mundo, uma nova relação com poder.

Há chegada de ideias de liberdade pegando o espaço que antes era do absolutismo monárquico, essas questões geraram impacto sobre as criações e modas. Pode-se relacionar a moda e a França das Luzes, segundo Lipovetsky nasce

o culto moderno da moda do mundano, para ele o século XVIII foi o século de produção da moda, com a mudança de espaço da sociedade: corte e cidade. Nesses meios há o ressaltado sobre o prazer e felicidade, há a substituição de valores isso em relação ao período que antecede a época de Luís XVI, o auge da aristocracia. O século XVIII conciliaria os elementos presentes nos debates dos iluministas. Mesmo com a Revolução, as francesas se vestem à revolução (LIMA, 2012).

O Rei Luís XIV, como visto, representou em questão de poder, mostrou a relação de domínio e autoridade que influenciou o continente europeu, principalmente Portugal, onde D.João V via seus conceitos de grandeza. O monarca custeava seus exageros com os bens vindos do Brasil. Sendo notório como a estética francesa já era um benefício estratégico atuante (AZEVEDO, 2018).

[...] este conjunto de ideias projectar-se-á, desde logo, numa verdadeira metamorfose da aparência da própria pessoa do monarca (e, por sua influência, do círculo que o rodeia e onde se leva a cabo a sua exibição), sob o impacto daquilo a que D. Luís da Cunha chamaria “a primeira droga, que França nos manda, que é a moda” (Testamento Político, Lisboa, 1820, p.61 apud PIMENTEL, 2008, p.135).

Sendo assim, a França sempre insere a moda em suas relações de influência, a questão da vestimenta e do luxo francês, o país desde que passou a investir na ideia de luxo levou seus costumes aos poucos para Europa e depois se expandiu para fora dela. Após a Segunda Guerra Mundial, a moda passa de algo mais reservado a um elemento fundamental da vida coletiva. Com maestria a França se adapta às mudanças.

Paris na década de 20 se tornou conhecida por ter inúmeros talentos da moda, mesmo que antes a França já investisse na moda, a moda francesa foi vista como um setor de oportunidade econômica, e de se tornar referência em estilo. Talentos como Coco Chanel abriram ateliers em Paris, a capital passou a reunir talentos e o sindicato da alta costura ganhou força com a reunião de novos talentos (FURCO, 2022).

Em 1945, houve por influência do Sindicato da Alta-Costura os primeiros registros das coleções de moda se apresentando. Os desfiles foram aos poucos se abrindo para um público maior e para imprensa. O sindicato estipulou que nos desfiles deviam ser apresentados 35 looks por estação no mínimo, assim possuindo uma regulamentação nos desfiles da capital francesa (FURCO, 2022).

Nos pós Segunda Guerra, em 1947, se retomou os desfiles que estavam parados devido à invasão. Foi Christian Dior que retomou os desfiles com sua coleção Corolle, mas ainda não existia uma semana da moda. Nos anos seguintes surgiram as Semanas de Moda em capitais da moda, em 1958 foi em Milão, 1977 Paris e 1984 Londres. A primeira Semana de Moda, como se conhece, foi em Nova Iorque, na atualidade Paris é a única a receber o desfile de alta costura, já os *prêt-à-porter* ocorrem em Nova Iorque, Milão, Londres e Paris. *Prêt-à-porter* seria em português a moda pronta para usar (FURCO, 2022).

A primeira oficialmente Paris Fashion Week ocorreu em 1973, quando houve a criação da Federação Francesa de Alta-Costura. Antes os desfiles eram realizados pelas marcas, com essa mudança se tornou um evento no calendário e por intermédio do Ministério da Cultura Francesa ele foi implementado na cidade, possuindo investimento do governo para ocorrer. A primeira Paris Fashion Week aconteceu no Palácio de Versailles, palácio de extrema importância na história francesa e também de sua moda (FURCO, 2022).

Sendo assim, a moda francesa obteve respaldo do governo para se expandir, e com a Semana de Moda foi movimentada a capital, não somente em torno de roupas, mas em comércio, foi de extrema importância econômica e cultural. Moda, perfume e a extraordinária cultura francesa foram sua maior diplomacia. O suporte do Estado francês foi crucial no crescimento de sua moda, a questão econômica não explica a transição do estilo espanhol para francês, o prestígio e poder da corte tiveram influência nesta questão (GIACCHETTA, 2012).

Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode tem como um de seus objetivos manter Paris como a capital da moda. Há lista de marcas que são consideradas de alta costura, para a marca fazer parte da alta costura precisa estar dentro das exigências. As exigências fazem com que o custo das peças aumente e ela seja valorizada. Atualmente, pelo alto custo o setor não está sendo rentável e o que mantém as marcas acaba sendo as linhas acessíveis (GIACCHETTA, 2012).

A alta costura ainda se mantém por várias razões. Primeiramente porque ocupa um lugar importante aos olhos do público e porque ela participa da constituição de um imaginário em que a moda é considerada um “luxo”, como observa a revista Vogue desde 1973: “O

que há de mais anacrônico, de ainda mais repleto de sonho que os barcos à vela? A 'Alta-costura' . Ela desmoraliza a economia, contraria as técnicas de rendimento, é uma afronta à democratização[...]. Por que a 'Alta-costura'?, pensam alguns difamadores... E por que o champanhe?" (GODART, 2010, p. 44).

A vestimenta foi um instrumento usado para identificação e formação de identidade. Para Godart (2010), a alta costura é uma atividade econômica que faz parte da opulência internacional da cidade de Paris, e o governo francês possui consciência de sua importância para o país e sua economia (GIACCHETTA, 2012). Mesmo não sendo de maior rentabilidade, a alta-costura ainda é o que atrai o desejo do ser e pertencer, a alta-costura continua sendo o capital simbólico francês, a moda se tornou o elemento de identidade nacional e continua sendo pela publicidade e reafirmação da tradição.

A francesa, Gabrielle Chanel, foi revolucionária na moda, ela atuou na transformação de modelos de moda da guerra, foi ela quem transformou *tweed* em um tecido elegante. Mas sua moda não ficou somente na vestimenta, foi para bolsas e perfumes. A sua marca francesa é ainda hoje uma das mais importantes, assim como uma outra marca francesa, a Dior, de Christian Dior, ele está ligado à referência de estabelecer Paris como a capital da moda (GIACCHETTA, 2012).

Segundo Stevenson (2012), o governo francês fez exibição da coleção Corola de Dior em embaixadas francesas espalhadas pelo mundo, conseguindo que as peças fossem compradas por famílias reais e figuras importantes internacionalmente (GIACCHETTA, 2012).

Outra marca que colaborou com a associação da França a ideia de luxo e glamour foi Christian Louboutin, mas há inúmeras marcas que contribuíram com a associação da França à moda e que a mantém como referência no mundo da moda e alta-costura (GIACCHETTA, 2012).

As elites que viajavam à Europa buscavam a indumentária francesa, e a elite que não viajava importava. O modo de vestir francês representava a riqueza e em países da América Latina o vestir europeu determinava a entrada nos círculos das elites. Sendo assim, a moda modelava as classes sociais, contribui na distinção e hábitos (PETER, 2007). E a França expandiu seu domínio utilizando de sua cultura, dentro e fora da Europa.

2.2 Influência francesa fora da Europa

Como visto, a França foi o país exportador de ideias (CARELLI, 1994, p.117), ela exportava a civilização, e na América Latina essa civilização era um elemento como se fosse lutar contra uma barbárie. Portanto, havia a ideia de que levava um mundo "civilizado" a outras culturas e nações (BARBATO, 2014).

Paris aparece como uma rival no campo da civilização europeia, pois desde o final do século XVIII havia uma quebra com o tradicional intercultural que era português e surge Paris com suas ideias. A capital francesa surge como cidade de artes, das ideias intelectuais e isso cresce no século XIX, segundo Marie-Jo Ferreira "Ir para Paris torna-se uma necessidade para todo intelectual brasileiro" (FERREIRA, 2003, p. 50-51). Sendo assim, a França aparece como um referencial em relação à cultura para os países, até em outro continente (BARBATO, 2014).

Em relação a cultura francesa, era vista como prestigiosa e em expansão, com o passar dos anos oitenta, seus escritores iam se espalhando pelo mundo e se tornando mais conhecidos, se enchendo de ideias de outras nacionalidades.

As ideias europeias eram vistas como um ideal de civilização, principalmente pelo Brasil do século XIX, a França era o país com maior destaque, pois sua cultura estava na moda, os livros e o idioma se espalharam, assim como imigrantes franceses, tudo gerando disseminação de seu país.

Utiliza-se o Brasil como exemplo da influência francesa fora do seu continente, houve uma a Missão Artística Francesa passada pelo país, onde um grupo de artistas franceses foram ao Rio de Janeiro no ano de 1816, isso ocorreu pois D. João VI estava preocupado com a cultura do país e com seu desenvolvimento, ou seja, foi um projeto civilizador francês nas terras brasileiras. Portanto, a França no Brasil não causou influência na economia, mas na questão de hábitos culturais, arte e identidade brasileira (BETTIOL, 2015).

A Missão artística francesa ocorreu no Brasil no século XIX, os franceses vindos da missão eram neoclássicos e construíram a moda europeia. No Brasil, a França obteve um papel fundamental na questão intelectual e na arte, em relação à implementação da cultura francesa. Os romances e folhetins franceses se espalharam

para fora do território francês, atingindo até os lugares mais remotos. Então, mesmo de forma indireta não sendo o principal colonizador do Brasil, a França contribuiu nas artes e mudanças de hábitos culturais e sociais (BETTIOL, 2015).

A Missão obteve um papel importante na difusão de um novo modelo cultural, ela foi além das artes, influenciando o cotidiano. Sendo uma forma de missão civilizadora (BAREL, 2002).

Portanto, usando os conceitos de Bourdieu pode-se notar a presença do capital simbólico francês no Brasil, onde o país usa sua arte, literatura e modos, para se reafirmar e produzir paradigmas, sendo eles de ideias como a influência na literatura e ordem social com as roupas e modos. Esse capital simbólico funciona como uma forma legítima de dominação, possuindo uma função política entre os países.

Na visão de Elias, pode-se notar a relação de poder, elas que se modificam com as transformações que ocorrem no meio social, ou seja, na "civilização" trazida. Havia poder na forma de diferenciação dos indivíduos em relação não somente a vestimenta, mas intelectual e cultural, e essa civilização foi buscada no exemplo do Brasil com a vinda da Missão artística francesa.

A presença francesa foi a primeira colonização cultural do país, onde influenciou o comportamento das elites, teve influência no modelo de vida e referências no âmbito intelectual, indo da moda até filosofia, gastronomia e literatura (PETER, 2007).

A história do Brasil com a França vai desde a relação com o contrabando da madeira, o país foi pontual na história brasileira mesmo não desmontando o domínio português, sua presença no país prosseguiu mesmo com o fracasso da França Antártica, que foi uma colônia francesa estabelecida onde hoje se localiza a cidade do Rio de Janeiro, e França equinocial no Maranhão, durante o período colonial (BETTIOL, 2015).

Figura 4 - Ilha de Villegagnon, local onde foi fundada a França Antártica em 1555, na Baía de Guanabara, região do Rio de Janeiro



Fonte: SALAVERY, 2023.

A atuação no país foi utilizando seu capital simbólico e "conhecendo" os povos nativos, se "adaptando" e agindo de uma forma diferente das outras colonizações. Mas a relação dos brasileiros com a inserção da cultura francesa é complexa.

Há o termo francesismo, no Brasil houve uma reação chamada de anti francesismo, por outro lado havia a França inserindo sua cultura na moda e costumes, pois ser como os franceses era algo dos novos tempos (BETTIOL, 2015).

O francesismo foi criado por Álvaro de Manuel Machado em "O Francesismo na Literatura Portuguesa", onde fala sobre Portugal, entretanto, o Brasil vivenciou de forma semelhante a relação com a França, desde a expansão das ideias francesas e do país ter se tornado uma referência cultural (BETTIOL, 2015).

Há diferença para Machado (1984, p.19) sobre francesismo e influência francesa, pois em Portugal já havia influência da França desde a Idade Média, como mostrando, a França já emitia influência na Europa, mas o francesismo seria uma fixação da figura francesa, da cultura, para o autor o processo ocorre em duas etapas: o francesismo romântico onde é associado a imagem da França a Revolução Francesa e a cultura iluminista, e a segunda sendo o francesismo estético e ideológico, onde se associa a França a moda e os costumes sociais. Existe a linha entre o urbanizar e civilizar, houve a tentativa de urbanizar o Brasil do ponto de vista cultural, trazendo civilidade ao país (BETTIOL, 2015).

A língua francesa foi permitida de ser ensinada no país e D.João VI trouxe inúmeros profissionais franceses, assim espalhando a cultura, literatura e arte pelo país. Quem requisitava esses serviços era a elite brasileira, os franceses vendiam suas ideias e costumes e a elite desejava ter e ser como eles (BETTIOL, 2015), estando presente a ideia de Elias de produzir relações sociais e posição de poder na sociedade. O idioma foi um dos mais exigidos na sociedade, isso fez com que os franceses fossem ainda mais requisitados (PETER, 2007).

Essa abertura para França pode ser vista como uma estratégia, levando em consideração uma aproximação cultural com interesses geopolíticos, já que essa influência cultural seria importante em relação a Inglaterra, que possuía o domínio econômico na época (BETTIOL, 2015).

Com isso, foi dada uma abertura tanto cultural como política e econômica, que continuou após a independência do país, pois o Brasil precisava de uma imagem que o dissociasse de Portugal, assim a França seria um modelo de identidade nacional.

Os grandes centros queriam "europeizar-se", se inspirando no comportamento e costumes europeus. O culto às artes era uma marca da civilização e as cidades iam incorporando em suas realidades principalmente as elites que iam consumindo o capital simbólico francês (PETER, 2007).

A França irradiava cultura, então as cidades que se inspiraram principalmente na capital francesa e sua civilização, iam moldando seus estilos alinhados as ideias vindas de Paris, que era considerada um centro moderno (PETER, 2007).

No inconsciente já havia a ideia do elegante ser francês, o historiador Nicolau Sevcenko, elaborou uma pesquisa sobre o alcance da presença da França no Brasil, em seu texto "A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio", onde ele retrata sobre as elegâncias serem francesas e aborda sobre os acessórios e roupas importados gerarem status, ou seja, os acessórios fazem com que as pessoas crescessem ao ver da sociedade. Mais uma vez a moda sendo um capital simbólico francês (SEVCENKO, 1998, p. 535).

Como em Simmel, quando cita que a moda é imitação de um modelo dado e satisfaz a necessidade de ter um apoio social, mostrando a imitação de um modelo buscando uma sensação não só de pertencimento a uma classe, mas sua distinção

das mais baixas. Obtendo itens importados havia a distinção de classes, entrando na moda pertencente à classe superior, a que pode comprar itens mais valiosos. Portanto, as elites eram a parte da sociedade mais preocupada com a civilização para ter seu distanciamento das outras classes.

No século XIX, a França no âmbito internacional vendia a ideia de núcleo da cultura e da civilização europeia. Entretanto, no Brasil, com o avanço francês no século XIX, a imprensa mostrou-se descontente com os estrangeiros inseridos no Brasil, mas mesmo com a imprensa contra o discurso francês permaneceu no país. Mas também havia por outro lado os que só valorizavam o estrangeiro, principalmente francês, existia uma relação com o estudar fora como uma obrigação para o renome e a utilização de expressões estrangeiras (BETTIOL, 2015).

A respeito da Academia Brasileira de Letras para Broca (1960, p.46) "se havia constituído pelo modelo francês da casa de Richelieu", sendo criada seguindo o modelo de instituições francesas. Na literatura o Brasil estava repleto de autores franceses, sendo inspiração até em movimentos literários como o romantismo. Mas por outro lado, havia as críticas como João do Rio, o escritor usou do discurso anti francesismo em crônicas, chamando de "epidemia francesa", em *Chers Confrères*, João do Rio (2009, p.162), ele desmascara a superioridade intelectual dos franceses, para ele os franceses são sem conhecimento sobre a cultura de outros povos (BETTIOL, 2015).

Pode-se compreender que as defesas eram sobre precisar ter uma arte própria, literatura e moda, para que não se tornasse uma cópia da arte francesa, pois o modelo de sociedade precisava ser compatível com a realidade do país, com contexto histórico e social. Sendo assim, a França já possuía seu modelo de identidade baseado em sua cultura e moda que exportava, mas outros países como o Brasil não possuíam, consumiam esse modelo que era repassado e inserido de forma diplomática e sutil (BETTIOL, 2015).

No Brasil com a abertura dos portos se importou muito além de materiais industrializados, o país recebeu esses hábitos e costumes, principalmente pelo interesse das elites. Houve a Belle Époque, sendo uma influência europeia que vai de 1890 até a Primeira Guerra Mundial, nesse período havia inúmeros movimentos culturais e Paris emanava a estética de *art nouveau*, também movimentos como

cubismo e expressionismo. Na Belle Époque pode-se compreender a questão do buscar as raízes, mas também manter o interesse pelo estrangeiro (GIACCHETTA, 2012), como visto, havia defesa por parte dos escritores e da mídia do que era nacional. Entretanto, existia o interesse principalmente das elites pelo estrangeiro, principalmente os itens franceses, já que o país era um polo de criações da moda internacional.

Paris ditava moda e o Rio de Janeiro repassava os valores para o país todo, importando ou copiando o que era vestido fora, mas essa questão entrava na diferenciação de clima da moda copiada da Europa, portanto foi necessário adaptações (GIACCHETTA, 2012).

As cidades brasileiras, como o exemplo de Pelotas, se inspiravam no modelo europeu Francês, essa cidade específica guarda até hoje heranças dessa influência, ela está nos modelos da arquitetura, como os casarões neoclássicos até realmente nas relações sociais (PETER, 2007).

Houve uma troca cultural entre França e Brasil, como antes visto, a corte de Luís XIV serviu para espalhar a cultura francesa e foi um grande difusor da França (PETER, 2007) no que hoje pode se chamar Sistema Internacional.

Para o Domingo F. Sarmiento (1956), historiador Argentino, “a França e os franceses, suas idéias e suas modas, seus homens e seus romances são [...] o modelo [...] de todas as outras nações, e [...] o que nós consideramos imitação não é senão esta aspiração da natureza a aproximar-se de uma espécie de perfeição” (PETER, 2007). Ou seja, o Brasil foi somente mais um país da América Latina a receber influência.

A perda da hegemonia francesa no país não se deu somente por causa desses movimentos que buscavam proteger a identidade própria brasileira, como visto, mas sofreu influência da mudança do cenário internacional, onde passou por uma reordenação política e social no Brasil. O país passou a ser inserido na cultura norte-americana, mesmo assim, a França em relação a moda da elite seguiu possuindo influência, ainda com a ideia do internacional luxuoso, do francês renomado. Até a atualidade, o país possui Aliança Francesa presentes em seu território, consumindo a cultura e arte, assim como outros (BETTIOL, 2015).

Pode-se analisar em relação a Europa, a França foi quem mais que contribuiu para formação de pensamentos, e o anti francesismo foi um discurso onde mostrou a relação entre cultura dominante, a utilização do capital simbólico pela França e a cultura dos dominados, que seriam os países que recebiam essa forma de dominação e buscavam reproduzir o que viam, sem refletir sobre suas realidades e buscar sua própria identidade nacional (BETTIOL, 2015).

A forma de dominação francesa como no exemplo brasileiro, foi usando seu capital simbólico e cultural, ou seja, influenciando indiretamente, captando a atenção do outro para si fazendo com que queiram seguir seu exemplo. Usando a cultura como condutora na política externa.

Atualmente, a França age em outros países utilizando a diplomacia cultural - como as escolas Aliança Francesa - que surge na questão da Guerra Franco-Prussiana, no século XIX, onde o governo francês derrotado lança uma política que promove sua língua e literatura, utilizando a Aliança Francesa (NYE, 2011), visando recuperar a credibilidade, admiração e também uma cooperação, fazendo uso do poder brando, ainda usando sua cultura como seu poder simbólico.

Nos séculos XVII e XVIII, a França promoveu a sua cultura pela Europa. O francês não apenas se tornou a língua da diplomacia como também foi adotada em algumas cortes estrangeiras, como a da Prússia e da Rússia. Durante a Revolução Francesa, ao divulgar a ideologia revolucionária, a França buscou passar por cima dos governantes estrangeiros e apelar diretamente para a população desses países. Depois da derrota na Guerra Franco-Prussiana (1870-1871), o governo francês tentou reparar o seu prestígio estilhaçado promovendo sua língua e literatura por meio da Aliança Francesa, criada em 1883.¹⁴ (NYE, 2004, p. 100, apud SILVA, 2021, p. 35).

As Alianças são usadas como uma ponte da França nos países, onde se dissemina sua cultura com o estudo da língua, elas são instituições sem fins lucrativos. O idioma é estudado através da inserção na cultura e história francesa, ou seja, a França se faz presente mesmo que indiretamente, ainda mantendo uma influência discreta.

Portanto, utilizando o exemplo da presença francesa no Brasil, pode-se compreender sobre a forma que a França utilizou para estabelecer uma certa dominação em territórios longe do seu Estado, como o país europeu expandiu sua

cultura e se manteve presente em outros territórios ainda que não fosse o país colonizador, no exemplo do Brasil foi notório a presença de capital simbólico e da utilização de cultura e moda como distinção.

Com a influência francesa na América Latina, houve até o surgimento de um "Ano da França no Brasil", que foi uma ideia dos dois governos para aprofundar suas relações em relação ao âmbito cultural e econômico, com exposições, seminários e festivais, assim fornecendo ao público brasileiro manifestações artísticas da França. A iniciativa surgiu em 2008, mas o evento foi realizado em 2009 (BADER, 2013).

2.3 Conclusões parciais do capítulo

Portanto, a França foi um país "civilizador" ela levou o conceito estudado de *civilité* a outros lugares do mundo e se fez importante como exportadora de ideias e hábitos. Sendo o conceito civilizador já ocidental, a França não vendeu essa ideia apenas para países latino-americanos, mas também para todos os continentes e teve sua presença estabelecida em diversos países utilizando principalmente de sua cultura. Pois, as ideias europeias eram vistas como um ideal civilizador, a França fez uso de missões, como visto, a Missão Artística Francesa, expandindo seu domínio com o auxílio dos seus bens culturais. Em relação a sua moda, ela foi inserida nas relações de influência, o país investiu na Semana de Moda, assim como na propagação de Paris como cidade turística. A moda francesa, desde que passou a espanhola, se mantém entrelaçada ao luxo e elegância, pois o país se cercou de artísticas que colaboraram para ideia da moda francesa se tornar este elemento de identidade nacional, associando principalmente a cidade de Paris a moda.

Nas Relações Internacionais, essas ideias e acordos como a relação Brasil-França, e a ideia de se aproximar de outros países por meio de sua cultura, são positivos. Um exemplo da cultura sendo positiva nas relações entre países foi após o "Ano da França", os países, Brasil e França, tiveram um aumento em suas relações comerciais, em relação a importações e exportações, fortalecendo suas trocas no âmbito do comércio exterior, mostrando como a França fez uso da Diplomacia Cultural que será vista no capítulo seguinte, influência o turismo Francês e sendo benéfico ao país (BADER, 2013).

3 DIPLOMACIA CULTURAL COMO CONDUTORA DA POLÍTICA EXTERNA FRANCESA: SOFT POWER E CAPITAL SIMBÓLICO

O capítulo abordará como a França utilizou e utiliza de diplomacia cultural em sua política externa e como, de forma pioneira, desde o século XIV, difunde sua língua, a arte e costumes para o mundo, no intuito da construção de uma imagem nacional francesa forte e sedutora, para ter essa compreensão será abordado a respeito do conceito de Joseph Nye, *soft power* fazendo relação com as ideias de Bourdieu

Entrará na questão da *Saisons Culturelles*, que é um projeto em conjunto dos Ministérios da Cultura e dos Negócios Estrangeiro, promovido pelo governo francês, sendo referência na questão de promover aproximação diplomática entre países usando as artes e culturas. Passando para as Alianças Francesas que são instituições sem fins lucrativos, possuem o objetivo de promover o francês e a cultura fora do país. Por fim, concluindo como essas questões contribuem para o posicionamento do país no Sistema Internacional.

Sobre a relação entre cultura e as Relações Internacionais, o elemento está se tornando cada vez mais importante na construção da identidade civil, possuindo um lugar de destaque nas agendas internacionais dos Estados, pois a cultura auxilia na influência, refletindo nos povos a influencia gerando resultados positivos em negociações entre Estados (OLIVEIRA, 2021). Portanto, este tópico abordando sobre diplomacia cultural e a política externa estará fazendo relação com a moda, pois ela não deixa de ser um elemento cultural francês, se ligando à tradição do país.

Dentro das Relações Internacionais o campo cultural segue passando cada vez mais os limites territoriais de um Estado, isso em decorrência da cultura estar se tornando um veículo importante para a construção da identidade de sociedades. Sendo a nível internacional um instrumento para ter internacionalização e gerar integração, assim possuindo um lugar nas agendas internacionais (OLIVEIRA, 2021).

Portanto, a cultura está sendo decisória na política internacional e na forma de demonstrar poder, como uma forma de influenciar povos e também influenciar em questões de negociações. Desde do início das sociedades a cultura segue em mutação e se inovando, gerando contatos entre países (OLIVEIRA, 2021).

Para se compreender sobre a diplomacia cultural que tem estado presente na prática das Relações Internacionais, é necessário entender que o termo diplomacia cultura foi criado por Willy Brand em 1966, que foi Ministro dos Negócios Estrangeiros da Alemanha, ele possuía a visão de que a política externa internacional se baseava em três pontos: político, comércio e diplomacia cultural (SOARES, 2008 apud FIGUEIREDO, 2010, p.11).

O tema ganha espaço com a Guerra Fria, isso pelo conflito gerar competição em diversas áreas como ideológica, política, cultural e tecnologia, com os Estados Unidos e a União Soviética. O mundo passa pela transformação de bipolar para multipolar (OLIVEIRA, 2021).

Para Figueiredo, a França tem um papel de destaque na “intensa e bem pensada difusão cultural” (FIGUEIREDO, 2010, p.16). A França utiliza da diplomacia cultural como uma manobra de sua política externa, então a questão do desenvolvimento e também do investimento em cultura possui um lugar no governo francês, movimentando setores além da cultura como educação, econômica e turismo, também às relações internacionais do país, usando de instituições privadas além da pública (OLIVEIRA, 2021).

O país administra a questão cultural com muita eficiência e pode-se ver essa administração pela França ser um dos países com mais centros e institutos culturais espalhados pelo mundo, assim afirmando sua figura nacional culturalmente inserida em outros países e tendo uma posição estimada (OLIVEIRA, 2021).

Portando, a imagem que uma nação exerce perante as outras é importante, principalmente em um cenário onde o Sistema Internacional possui integração em níveis culturais, econômicos e políticos, gerado pela evolução dos meios de comunicação e o contato internacional, tendo intercâmbio de valores, assim surge a Diplomacia Cultural, sendo troca de informações, valores e outros aspectos culturais (OLIVEIRA, 2021).

A diplomacia cultural busca proporcionar integração no sistema internacional, e com a globalização os agentes internacionais buscam cada vez mais a difusão de sua cultura, tendo como um dos objetivos os laços e parcerias que podem surgir a longo prazo trazendo vantagens para sua nação. Após a Guerra Fria o mundo não

está vivendo mais um sistema bipolar, mas um sistema multipolar, onde a cultura pode gerar proximidades e estimular o mercado (OLIVEIRA, 2021).

Em Feigenbaum (2001, p.7) a cultura apresenta um papel político dentro das sociedades, em nível doméstico ela gera união e pode promover valores em comuns que fundamentam as leis e regulações, no nível externo, pode promover cooperação internacional. Sendo assim, o papel da política externa tem ligação com a construção de uma imagem nacional que será apresentada no exterior. Investir em cultura na diplomacia sustenta ter uma comunicação com o exterior, tendo intenção de influenciar eles positivamente, causando uma favorável reputação nacional que beneficiará a visibilidade de uma nação no sistema internacional (SIMON, 2009, p.1).

A relação da França com a diplomacia cultural se inicia na França sendo um Estado importante no campo cultural, tendo uma vasta representação de sua cultura no âmbito exterior. Em Amaral (2008, p.21), pode-se ver a vantagem de se usar a cultura na diplomacia francesa, isso ao longo de sua história, onde desde o século XIV houve difusão de suas artes e idioma na diplomacia, possuindo importante influência dos embaixadores franceses presente nas cortes europeias e também de vários países. Segundo Amaral, a França é “O único Estado que pode se vangloriar de um engajamento público contínuo de cinco séculos ao lado das letras e das artes, como instrumento da expansão de sua influência no mundo” (AMARAL, 2008, p.24).

A França iniciou o uso da cultura em sua agenda política no século XX, com a implantação de centros culturais em outros países, isso por decisão do Ministério dos Negócios Estrangeiros, sendo representado por Repartição das Escolas e das Obras Francesas no Exterior. A França no pós-guerra buscou restaurar sua imagem nacional e difundir mais sua cultura, assim como, no pós-descolonização francesa o país buscou um plano cultural que conseguisse substituir os laços que uniam a França com as ex-colônias francesas (AMARAL, 2008, p.25).

Com a globalização o país procura modernizar sua política cultural, então passa a aumentar suas questões culturais, usando como um instrumento de promoção de sua imagem nacional no exterior e para impor posição e influência no SI. Bijos e Arruda analisa sobre a atuação do Estado na diplomacia cultural:

A França também foi a primeira a criar uma divisão específica em seu Ministério dos Negócios Estrangeiros com vistas a coordenar o

trabalho de difusão da língua e cultura francesas no exterior. Cabe ressaltar que, na França, assim como em outros países, o papel do governo é essencial no auxílio e supervisão dos programas culturais exibidos no exterior, relegando o êxito dessas ações ao apoio político e financeiro do governo, mas não abdicando, porém, do apoio de entidades privadas (BIJOS, L.; ARRUDA, V. A, 2010 p. 36).

Nos dias atuais a diplomacia cultural francesa é liderada pelo Ministério da Europa e Relações Exteriores (MEAE), são eles que fazem as ações culturais no exterior, promovendo ensino francês - como as Alianças Francesas- apoiando os institutos franceses e eventos culturais no mundo (GERBAULT, 2008).

Uma relação importante a ser vista é os esforços franceses para aproximação com a África (OLIVEIRA, 2021). Há um programa chamado *Afrique et Caraïbes en créations*, que é uma forma de incentivar a cultura inserindo eventos temáticos na África e também Caribe, onde segundo a França, visa apoiar o acesso e desenvolvimento da economia cultural, para que esses países consigam se desenvolver e investir em sua própria cultura (MINISTÈRE DE L'EUROPE ET DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES, 2015b).

O Ministério possui inúmeros apoios para expandir a cultura francesa, como os institutos, principalmente do Instituto Francês, que tem destaque no papel de influência no exterior. A França utiliza de intercâmbios e eventos para ampliar o alcance de sua cultura, promovendo formação de profissionais franceses e estrangeiros para promoção da cultura francesa. Uma aliada do Instituto Francês é a Aliança Francesa que coopera para a construção da influência francesa (LÉGIFRANCE, 2010).

Analisando, pode-se notar que há pilares importantes onde o Ministério atua, como difundindo a cultura com festivais internacionais. A valorização cultural é importante na diplomacia cultural, portanto pode-se citar o *Saisons Culturelles*, que é referência na valorização de diversas formas de cultura, e também gera divulgação em inúmeras áreas culturais de países que são convidados pelo ministério, para que se reforce os laços da França com outros países (MINISTÈRE DE L'EUROPE ET DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES, 2015a).

Todo o esforço francês em divulgar o país como um polo cultural é uma das questões que movimentam o turismo francês, que atrai os olhares para França e principalmente Paris. A França, em questão cultural além de todos os atrativos históricos possui 16 Patrimônios Imateriais da Humanidade, onde a culinária possui destaque (EUROSTAT, 2019, p.15-16, e 25). A França por si só se mantém histórica, com seus museus e até suas ruas que são sempre cenas de filmes e séries que também alimentam a visão de outros a respeito do país, assim como sua moda que atrai visitantes do mundo inteiro para compras.

No ano de 2018 a França faturou com o setor do turismo cerca de 67 bilhões de Dólares de receita, e foi o terceiro país a mais receber com o turismo (WORLD TOURISM ORGANIZATION, p.9, 2019). Esse turismo engloba a questões culturais, gastronômicas e em relação à moda.

A diplomacia cultural pode ser ligada ao *soft power*, conceito de Joseph Nye. Onde o mundo com a globalização tornou a manutenção de poder mais complexa e os poderes coercitivos passaram a não ser únicos para influenciar, surgindo novas formas. Nye aplicou o *Hard Power* e *Soft Power* na teoria do Tabuleiro de Xadrez Tridimensional (MARTINELLI, 2016).

Joseph Nye criou os conceitos *Hard Power* e *Soft Power* e eles aparecem em sua obra " O Paradoxo do Poder Americano " onde buscava analisar como as fontes de poder atuavam nas relações de poder, mas especificamente nos Estados Unidos e sua hegemonia (MARTINELLI, 2016).

O autor debate a questão de que os Estados Unidos estariam em decadência, pois possui poder econômico e militar, além de dominar a terceira dimensão, a qual foi denominada *soft power* (NYE, 2004). O termo não é necessariamente utilizado somente para os Estados Unidos e o século XX, ele pode explicar comportamentos antigos como a difusão da língua e cultura francesa pela Europa no século XVIII (NYE, 2011).

A junção dos conceitos de Bourdieu e Nye pode explicar a respeito do poder da cultura no mundo social (BALLERINI, 2017). Para Nye o conceito é a "habilidade de se conseguir o que deseja por meio da atração em vez de métodos coercitivos ou econômicos. Ele surge com a atratividade da cultura, ideais e políticas de um país. Quando nossas políticas são vistas como legítimas pelos outros, nosso *soft power* é

potencializado” (NYE, 2004, tradução SILVA, 2021), o *soft power* se baseia em três pilares: cultura, valores políticos e política internacional (NYE, 2011). Esse poder se estabelece com à medida que outros indivíduos defendem as ideias e os propósitos de um país, sem que haja o uso de recursos militares ou econômicos (NYE, 2004), assim como na formação do poder simbólico de Bourdieu (SILVA, 2021).

De maneira similar o poder simbólico, o *soft power* necessita de que haja desconhecimento dos que estão sendo dominados para que seja uma ação efetiva (SILVA, 2021).

Em Nye (2004) pode-se compreender que o poder é a capacidade de convencer indivíduos a agirem de uma maneira, isso pode ocorrer utilizando de coerção- *hard power* - ou sedução - *soft power*- (HAN, 2019). O *soft power* não é capaz de representar a violência simbólica (ABREU, 2013). Pode-se compreender que *soft power* e *hard power* são estratégias para ter a mesma finalidade, independente dos meios que serão utilizados (SILVA, 2021).

A questão cultural está presente no *soft power*, pois para Nye (2004), cultura seria “[...] o conjunto de valores e práticas que criam significado a uma sociedade” (NYE, 2004, p. 11 apud SILVA, 2021, p. 21).

Na cultura os indivíduos transmitem conhecimentos e valores, assim, alguns valores são universais, nacionais, regionais ou somente de um grupo determinado (NYE, 2011). Mesmo com as evoluções e mudanças nas sociedades, os costumes continuam representantes de locais. Quando esses costumes são exportados para outros países, eles são fortes aliados da política externa (SILVA, 2021), assim como a França que, como visto, exportou seus costumes para Europa e outros lugares do mundo, espalhando sua cultura e utilizando ela como ferramenta de política externa do país.

Se um líder conseguir associar sua imagem à cultura, se tornando um representante dos valores dela, poderá ter mais facilidade para exercer o cargo (NYE, 2004). Não se pode calcular como o *soft power* atingirá outra sociedade ou qual será seu impacto, diferente das estratégias econômicas (NYE, 2004). Assim, pode-se notar a importância de capital simbólico e cultural nas relações de poder que estão presente no *soft power* (SILVA, 2021).

O conceito foi desenvolvido pela análise dos Estados Unidos da América, o país utilizou o cinema desde a Segunda Guerra como uma ferramenta de propaganda. Propagando as ideias do país, reformulando o chamado *habitus* para que os costumes e valores estadunidenses se sobressaíam (SILVA, 2021). Essa ferramenta e expansão do *soft power* ocorreu também na Guerra Fria, criando propagandas anticomunistas (NYE, 2004). Como visto, os Estados Unidos no pós guerra aparece no cenário internacional como uma potência, com isso sua cultura avança pelos continentes, como o Brasil que passa a consumir cultura estadunidense ao invés da francesa.

Para Nye (2011) o *soft power* se baseia em políticas públicas e diplomacia pública de um país, por exemplo ao investir em programas como a França fez com suas Alianças Francesa. Para o autor, a sociedade civil possui responsabilidade no estímulo do *soft power*, pois ela faz as expressões culturais nacionais de um país (NYE, 2004). Então, é a sociedade que faz ele possuir valor, depende dela para que essa forma de dominação funcione.

A França expandiu sua cultura com o auxílio da sua sociedade, que levou aos lugares do mundo seu idioma, cultura, moda, etiqueta, assim como levaram ao Brasil com a Missão Artística Francesa, influenciando na cultura, como visto, a França enviou cidadãos a outros países. Para além da repercussão no campo intelectual, levou influencia para identidades nacionais, como citado por Peter (2007), inseriu o seu modo na gastronomia, moda e até filosofia.

Portanto, para Nye há dois tipos de interferência do *soft power* nos gostos dos indivíduos, uma forma direta, onde os líderes são persuadidos por outros governantes com competência, nesse modo as elites possuem um papel importante - como ocorreu no Brasil em relação aos costumes franceses - o segundo é quando a população se influencia e com isso impacta nas decisões, sendo assim, o *soft power* é responsável por criar um ambiente favorável para tomada de escolhas que são desejadas por terceiros (NYE, 2011).

Figuras como Luís XIV fizeram uso da violência simbólica nos processos de dominação (SILVA, 2021). Para Bourdieu (1989), há dois tipos de estratégias simbólicas: a primeira é um ato individual, um individuo se empenha para impor seu

ponto de vista; e a segunda é “[...] é operada por um mandatário do Estado, detentor do *monopólio da violência simbólica legítima*” (BOURDIEU, 1989, p. 146).

Como visto sobre o reinado de Luís XIV, seu reinado foi dividido por duas fases: a primeira foi o período de regência, que se finalizou com a morte de Mazarino, e a segunda fase se deu início com a chegada de Luís XIV ao trono em 1661. Em seu reinado optou por continuar o trabalho que estava sendo desenvolvido, aperfeiçoando (SILVA, 2021), houve a substituição do antigo Fouquet por Jean-Baptiste Colbert (1619-1683) como visto anteriormente (ALMEIDA, 2017).

O país no momento se encontrava com sua economia enfraquecida por causa de guerras e revoltas. Retomando a respeito de Colbert, o ministro obteve um papel importante na economia do país, valorizando a exportação dos produtos franceses e incentivando o comércio e a indústria manufatureira do país para melhorar a relação com os populares. Portanto, no reinado de Luís XIV houve a valorização da política externa (SILVA, 2021).

Utilizando dos conceitos de Nye (2004) *hard power* e *soft power*, que estão relacionados porque são formas de influenciar os indivíduos e seus comportamentos para que se alcance um objetivo. Na França Luís XIV usou o *soft power* e *hard power* para tornar legítima suas atitudes de expandir território, aumentando o domínio francês e mostrando a imagem da França e seu reino pela Europa, o *soft power* era usando suas artes e ciência (SILVA, 2021).

O Rei Sol entendia a necessidade de se integrar com os indivíduos utilizando meios como pinturas, gravuras e até a tapeçaria (BRIGGS; BURKE, 2006). Como analisando, tudo era pensado para passar uma imagem positiva da França e de Luís XIV como rei.

Portanto a França fez uso de *soft power* antes do termo existir, não somente em reinados, mas Nye (2011) aborda sobre o uso de *soft power* após a utilização do *hard power*, como no pós Revolução Francesa, o país estava passando por um momento onde sua imagem não estava positiva, com isso houve envio de agentes franceses para América, como por exemplo para o Brasil, com o objetivo de levar os ideais franceses. Outro exemplo de utilização de *soft power* após utilização de força foi a criação da Aliança Francesa em 1889 após derrota na Guerra Franco-Prussiana (1870-1871) (NYE, 2011).

3.1 Cultura e moda francesa e as relações internacionais: política externa francesa e o conceito de soft power

As Relações Internacionais buscam estudar as relações de poder que ocorrem na esfera internacional, o espaço internacional, sistema internacional é anárquico, não há uma autoridade superior que exerça um poder sobre os Estados nacionais. Há inúmeras formas de poder que um país exercer seu poder, mas os principais são denominados em inglês como *Hard power* - poder forte - qual utiliza de força por meio de coerção, usando de aparatos militar de uma nação e o *Soft power* - poder brando - qual é a utilização do país das suas capacidades de moldar os interesses dos outros, fazer com que seja incorporados indiretamente seus interesses pelo outros, seus valores e objetivos, utilizando de ferramentas como cultura para atingir seu objetivo (BRITES, 2018).

Portanto, essa forma de poder pode ser vista na atratividade da cultura e ideias políticas de um país onde ele passa isso para os demais. Uma das divergências do *hard power* e *soft power* é que no *soft power* a participação de agentes não estatais atuando para buscar uma credibilidade cultural, utilizando de mídias e organizações que divulguem os valores e estilo de vida de determinado país.

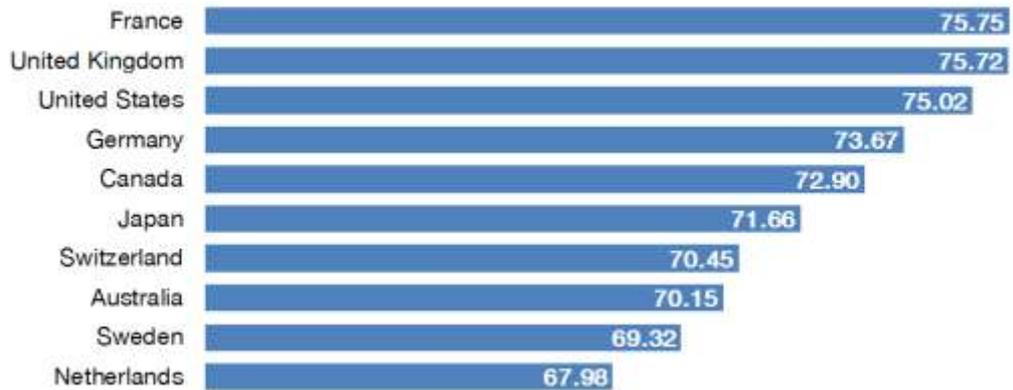
O país possui uma cultura valorizada em sua origem, e ela pode ser usada como um instrumento de influência dentro da política francesa. Há relação entre poder e cultura nas Relações Internacionais, principalmente no século XXI, pois é necessário analisar a disseminação da cultura francesa em âmbito internacional (BRITO, 2020).

A França utilizou e utiliza da sua indústria cultural como ferramenta da *soft power*, principalmente direcionando para países que pertenceram ao antigo império francês, grande maioria na África e Ásia, procurando manter laços com nações que falam a língua francesa, mas também expandir para o mundo (BRITES, 2018).

Figura 5 - Os 10 países que mais detém *soft power*

Top 10 countries that hold the most soft power

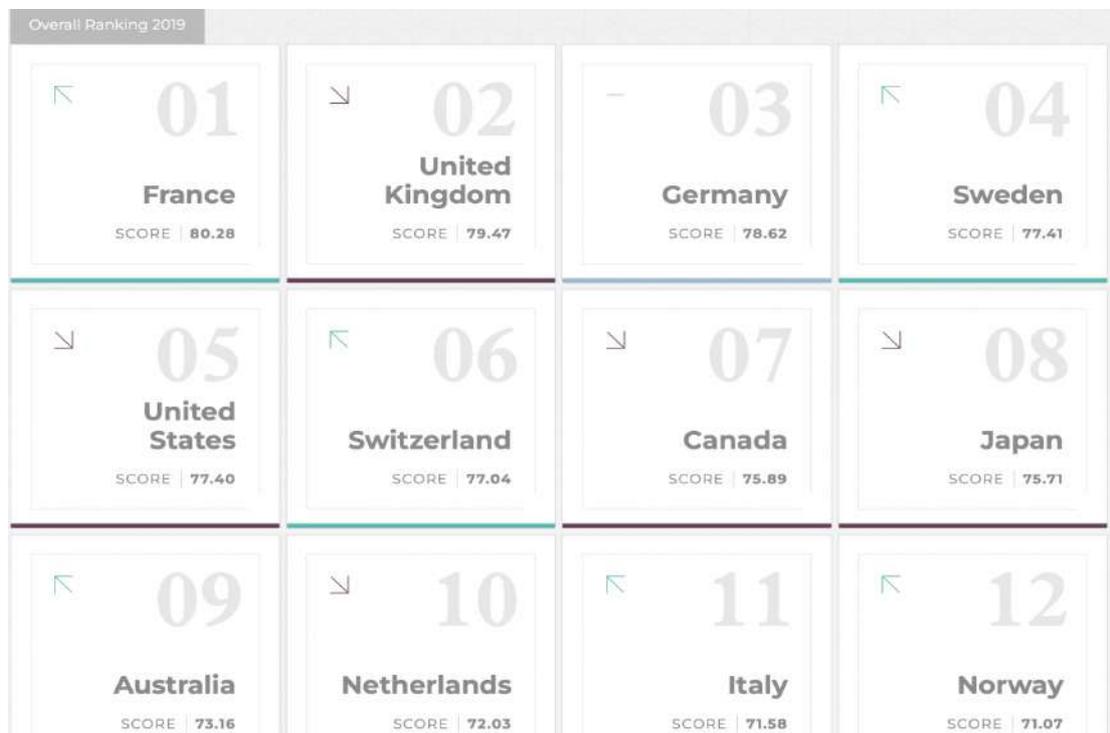
Ranking based on global factors, 2017



Source: Portland

Fonte: BRITES, 2018.

Figura 6 - Países que mais detém *soft power*



Fonte: THE SOFT POWER 30, 2023.

Figura 7 - Países que mais detém *soft power*



Fonte: BRAND FINANCE, 2022.

Em gráficos mais recentes há mudanças no cenário francês, no gráfico realizado em 2019 o país mantém a primeira posição, mas em 2021 a França aparece em sétimo lugar.

Essa ferramenta de influenciar utilizando a cultura ocorre financiando cinema, incentivos a festivais que ocorrem no país mesmo ou no exterior, visando não somente o cinema e a cultura francesa, mas mostrar a ideia de que a França é aquele país regido por valores universais que vieram da Revolução de 1789. Pode-se relembrar dos conceitos: liberdade, igualdade e fraternidade, que estão ligados nas iniciativas da política externa francesa. Um país potência ou superpotência só pode ter tal influência no mundo porque outros países o enxergam como grande e o fornecem esse título (BRITES, 2018). Portanto, a política externa francesa usa da cultura para manter uma boa imagem perante outros países, para manter sua influência em alguma área.

Sua diplomacia cultural atua na valorização de sua língua, e está ligada a influência que a França consegue desenvolver. Pois, a cultura pode representar toda identidade de uma sociedade, seus valores e ideias, possuindo influência em como será a visão do mundo sobre ela. O poder está relacionado a controlar algo, mas é

possível exercer autoridade somente com discursos, como o país realiza, assim como o poder simbólico visto em Bourdieu (BRITO, 2020).

A reprodução cultural, como visto, ocorre através da língua, hábitos e costumes, como em filmes, histórias e pode ser passado de geração para geração (BRITO, 2020), isso ocorre com a França, tendo sua cultura ligada a relações sociais e com o poder, sendo tudo conectado nas Relações Internacionais do país, pois no mundo globalizado há o desejo de expandir seu poder e isso está ligado a disseminação de cultura se fazendo presente em outros países, algo que a França realiza com maestria possuindo a Aliança Francesa.

A França ao longo dos anos perdeu poder econômico e político para outras nações que foram crescendo, mas continua sendo importante para questões culturais, então o país busca manter seu lugar na economia e ator político importante para o sistema. O cinema francês reflete seus problemas reais, mas também visa promover comunicação com o mundo para mostrar de forma indireta a ideia da França como aquela nação de valores, visando que o mundo a entenda como referência. Exportando sua moda como uma ideia europeia, seus filmes, sua arte, buscando com isso que voltem os olhares para França, gerando aquele interesse de ser o continente europeu (BRITES, 2018).

Entretanto, mesmo com a perda de poder político e econômico, a França se manteve como influente, o país possui uma tradição no mundo da moda desde quando se estabeleceu a corte de Luís XIV, quando a moda francesa passou a ser reconhecida por sua elegância e inovação, e segue se inovando e mantendo sua dominação na moda. No século XXI a França ainda é um dos principais países referência no mundo da moda, sendo o berço de marcas mundialmente conhecidas como a Chanel e Dior, que são reconhecidas por suas qualidades (GIACCHETTA, 2012).

O país se mantém conhecido por sua elegância e seu estilo atemporal ao mesmo tempo sofisticado. Sendo o berço dos grandes eventos do mundo da moda, um deles é a Semana de Moda de Paris, que atrai pessoas do mundo todo e também marcas importantes. O ano todo Paris atrai vistas, a cidade é conhecida como um centro de criação e mantém a presença de estilistas e designers que são referências,

assim como escolas renomadas como a *École de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* e a Escola Superior de Arte e Técnica de Moda.

A França segue influente tanto no *design* quanto em tendências, assim como suas produções e comércio. O setor da moda continua gerando empregos e também girando capital para o país, pois um dos seus atrativos é o setor de compras, assim continua importando e exportando a moda nos dias atuais.

As marcas francesas ganharam o mundo e seguem sendo relacionadas a elegância e tradição. Esse elemento da identidade francesa passou os limites do país, suas marcas estão em diferentes lugares, seus perfumes, bolsas e roupas, a moda francesa desfila em outros países, até em outros continentes, como na Semana de Moda de Nova Iorque e Milão.

Godart (2010) argumenta que saber se Paris continua possuindo o título de capital da moda é uma questão ambígua, depende da definição do termo capital. Em relação ao financeiro, Paris se mantém na lista pelo número, pois possui dois dos maiores grupos de moda presentes em sua cidade. Em relação a mídia, para Godart, Paris se mantém na frente pela sua alta-costura, reforçando o interesse dos outros pela cidade (GIACCHETTA, 2012), na questão histórica como visto Paris tem uma ligação antiga com a alta-costura e ela está presente sua diplomacia cultural e sua política externa. Mas na atualidade as marcas francesas disputam espaço com as italianas como Prada e até marcas americanas.

Na atualidade a moda francesa está sujeita aos desafios da sustentabilidade, para que as suas marcas garantam suas credibilidades e torne uma base da sua identidade, pois com a revolução digital a moda está em mudança (MORAND, 2023) para que sua moda não fique no passado, mas faça parte do futuro, mantendo sua identidade, ou seja, mantendo a ideia de moda como um elemento francês. Em relação a cultura, o país segue com suas AF espalhadas pelo mundo, recebendo apoio do governo para que prossiga ensinando sua língua e ideais mesmo sem a presença direta francesa, possuindo as escolas como um disseminador cultural. Sempre mantendo uma ponte entre a França com outros países, sendo um exemplo de diplomacia cultural e de uso do capital simbólico e cultural.

3.2 Conclusões parciais do capítulo

Com isso, pode-se compreender a respeito da trajetória do país até a diplomacia cultural, buscando manter sua imagem positiva perante os demais países, fazendo uso do *soft power* e após atingindo o âmbito da diplomacia cultural. Essa utilização foi notória com a Missão Artística Francesa, com a Aliança Francesa sendo presente nos países até os dias atuais e com o Ano da França, todos foram maneiras de influenciar usando sua cultura, sua história e tudo que ela engloba.

A França além de seus princípios culturais fez da difusão cultural uma agenda política no século XX, como visto, com a criação de centros culturais no exterior, tudo por iniciativa do própria Ministério dos Negócios Estrangeiros. Antes da guerra, e no pós guerra, segundo Amaral (2008), o país se preocupou com a difusão da cultura como o objetivo de manter a imagem nacional francesa. Portanto, a França com a globalização estende a diplomacia para o âmbito cultural (OLIVEIRA, 2021). Sendo assim, pode-se concluir que a diplomacia cultural faz parte do governo francês atualmente, mas antes do termo existir já estava presente na utilização de sua moda e cultura como capital simbólico, uma forma de *soft power* para expandir suas ideias e domínios, não somente no continente Europeu. A imagem que a França passa para os países é importante na manutenção de sua importância, mesmo que não ligado diretamente ao poder econômico, faz com que o Estado esteja presente na composição da cultura diplomática do país, ou seja, os poderes públicos atuam diretamente na parte cultura da política externa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda está ligada as relações internacionais quando mostra seu impacto no mercado mundial, principalmente com a influência nos aspectos sociais (VIEGAS, 2017), portanto, foi tratado sobre a moda como um elemento de identidade nacional francesa, que adquire importância com o reinado de Luís XIV, suas ideias e extravagâncias transformaram a moda francesa no que ela é hoje, elegante e associada ao luxo. O rei usou estratégias no âmbito doméstico para valorizar o nacional, com sua relação com as imagens exportou sua moda para Europa, e em seguida a outros lugares do mundo, expandindo seu domínio.

Diante de todo o histórico da moda francesa mencionado, ela foi ligada a cultura francesa a muitos séculos, e nesta relação entre moda e cultura está o poder que é importante nas relações internacionais. Portanto, a França encontrou na moda e cultura uma forma de manter o poder do país. Com os conceitos analisados, foi possível relacionar Nye e o *soft power* com Bourdieu e seu capital simbólico, ambos utilizados pela França para obter resultados positivos sobre sua imagem e expandir seu domínio.

Assim, foi possível realizar uma análise sobre a história francesa e a relação com o âmbito cultural em sua política externa, realizando conexão com os autores visto, Bourdieu, Elias e Simmel, além das contribuições do francês Lipovetsky. Sendo possível responder as perguntas de pesquisa “Como a moda entra nas relações de política externa?” “Como a moda funciona como diplomacia estratégica?” “Como atualmente a moda francesa contribui para o posicionamento do país no sistema internacional?”, as respostas foram obtidas com estudo de caso e levantamento teórico qualitativo, para compreender o tema proposto. Essas questões foram vistas desde o início, com Luís XIV e sua influência no campo da moda, com as extravagâncias de Maria Antonieta que foram copiadas, depois com influência francesa perante as elites, com a Belle Époque, com a Missão Artística Francesa e com o apoio do governo aos desfiles, também com o ocorrido do governo francês realizando a exibição da coleção Corola de Dior em embaixadas francesas espalhadas pelo mundo. Assim foi possível compreender como o país usou a moda como uma forma de poder simbólico e cultural.

Conclui-se que, o trabalho exposto compreende sobre o êxito da França na diplomacia cultural, mantendo sua diplomacia pública e boas relações com as nações, promovendo incentivo a cultura externa, buscando ser uma referência no campo. O país mantém sua imagem não somente com seu passado glorioso, como visto, com grandes artistas, pensadores e difusão de ideias, mas pela sua participação na preservação dos patrimônios culturais, mesmo apoiando novas artes a França mantém sua história no âmbito cultural, sendo um deles a moda, os desfiles continuam a ocorrer e movimentar o mercado francês, recebendo apoio do governo para acontecerem, reforçando a ideia inicial do trabalho de que a moda é um elemento de identidade nacional francesa nas relações internacionais. Portanto, o país faz uso de diplomacia cultural em sua política externa, apoiando-se em um campo que mantém certo domínio e influência, continuando inserindo apoio do governo em âmbito cultural, como as AF.

Por fim, conclui-se que os objetivos propostos neste trabalho foram atingidos, a medida que foi possível analisar um estudo de caso por meio da perspectiva histórica da moda francesa como um elemento de identidade nacional do país, inserindo sua moda e cultura nas suas r(R)elações internacionais, sendo possível compreender como a francesa utiliza diplomacia cultural para manter sua posição no sistema internacional e que nos dias atuais o país segue buscando inovação para não ser ultrapassado no mundo da moda, já que a sustentabilidade é uma importante pauta da moda atual, a França precisa se atualizar para continuar com a sua moda como elemento de identidade nacional.

REFERÊNCIAS

ABREU, Guilherme Mattos de. Reflexões sobre o “soft power”. **Revista da Escola de Guerra Naval**. Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 203-244, 2013.

ALENCAR, Camila Osugi Cavalcanti de; BESSA, Ricardo André Santana. As alterações na moda feminina no período pós Revolução Francesa e o estilo Império de Josefina. **12º Colóquio de Moda**, 9 ed., p. 1-11, 2016. Disponível em: [http://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/COMUNI CACAO-ORAL/CO-03-Cultura/CO-03-AS-ALTERACOES-NA-MODA-FEMININA-NO-PERIODO-POS-REVOLUCAO-FRANCESA.pdf](http://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/COMUNI%20CACAO-ORAL/CO-03-Cultura/CO-03-AS-ALTERACOES-NA-MODA-FEMININA-NO-PERIODO-POS-REVOLUCAO-FRANCESA.pdf). Acesso em: 08 maio 2023.

ALIANÇA FRANCESA. **L'influence de la langue française en europe**. 2021. Disponível em: <https://www.rioaliancafrancesa.com.br/linfluence-de-la-langue-francaise-en-europe/>. Acesso em: 12 abr. 2023.

ALMEIDA, Ricardo Coutinho de. **O Absolutismo Régio em França no Reinado de Luís XIV: Formas de ver, ouvir e fazer**. 2017. 116f. Relatório final de estágio (Mestrado em História) – Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2017.

AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. **O ano do Brasil na França: um modelo de intercâmbio cultural**. Brasília: Fundação Alexandre Gusmão, 2008.

ATELIER NOSTALGIA. **Inspiration – Journal de la mode et du goût, 1790**. Disponível em: <https://ateliernostalgia.wordpress.com/tag/journal-de-la-mode-et-du-gout/>. Acesso em: 12 maio 2023.

AZEVEDO, Manoela Bernardi Ferreira de. **Moda e Política: influências e consequências deixadas pela moda francesa e inglesa nos trajes de corte de Portugal durante 1789 a 1807**. 2018. 159 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Design de Moda, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2018. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/9892/1/6756_14376.pdf. Acesso em: 09 maio 2023.

BADER, Thierry Leandro Jacky. **O ano da França no Brasil, um evento para selar a relação entre os dois países**. 2013. 58 f. TCC (Graduação) - Curso de Relações Internacionais, Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/10682/1/109213_Thierry.pdf. Acesso em: 08 maio 2023.

BALLERINI, Frantjesco. **Poder suave (soft power): arte africana; arte milenar chinesa; arte renascentista; balé russo; Bollywood; Bossa-Nova; British invasion; carnaval; cultura mag japonesa; Hollywood; moda francesa; tango; telenovelas**. [recurso eletrônico]. São Paulo: Summus, 2017.

BARBATO, Luis Fernando Tosta. Com os pés na América e a cabeça na Europa: escritos franceses e identidade nacional no Brasil oitocentista. **Revista Latino-**

Americana de História, São Leopoldo, v. 3, n. 12, p. 176-189, dez. 2014. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6238521>. Acesso em: 08 maio 2023.

BAREL, Ana Beatriz. **Um romantismo a oeste**: modelo francês, identidade nacional. São Paulo: Annablume : Fapesp, 2002.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BETTIOL, Maria Regina Barcelos. O antifrancesismo no Brasil. **Revista de Estudos de Cultura**, Sergipe, n. 1, p. 43-52, jan. 2015. Disponível em: https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/28702/1/Maria_Regina_Bettiol.pdf. Acesso em: 10 maio 2023.

BIJOS, Leila; ARRUDA, Verônica. **A diplomacia cultural como instrumento de política externa brasileira**. Brasília: Revista Diálogos: a cultura como dispositivo de inclusão, v. 13, n. 1, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **Sociologia** (Organização: Renato Ortiz). São Paulo, Ática, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. Tradução Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

BRAND FINANCE. **Global Soft Power Index 2022**: USA bounces back better to top of nation brand ranking. 2022. Disponível em: <https://brandfinance.com/press-releases/global-soft-power-index-2022-usa-bounces-back-better-to-top-of-nation-brand-ranking>. Acesso em: 12 maio 2023.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006

BRITES, Alessandra Scangarelli. O conceito de Soft Power e o exemplo francês. **Revista Intertelas**. 2018. Disponível em: <https://revistaintertelas.com/2018/11/12/o-conceito-de-soft-power-e-o-exemplo-frances-texto-bilingue/>. Acesso em: 09 maio 2023.

BRITO, Jordana Dias Duarte e. **Cultura e poder**: a disseminação da francofonia como meio de fortalecimento do soft power francês. 2020. 61 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharel em Relações Internacionais, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2020. Disponível em: https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/1145/2/Monografia%20-%20Jordana_JORDANA%20DIAS%20DUARTE.pdf. Acesso em: 10 maio 2023.

BROCA, Brito. **A vida literária no Brasil-1900**. 2.ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1960.

CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. 2. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2011. 224 p.

CARELLI, Mario. **Culturas Cruzadas**: Intercâmbios culturais entre França e Brasil. Campinas, SP: Papirus, 1994.

COSTA, C. J.; MENEZES, S. L. Norbert Elias e a teoria dos processos civilizadores. **Revista HISTEDBR On-line**, Campinas, SP, v. 13, n. 53, p. 238–262, 2014. DOI: 10.20396/rho.v13i53.8640203. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/histedbr/article/view/8640203>. Acesso em: 11 jan. 2023.

CUNHA, Renato. A história de um ícone da moda: A lendária Maria Antonieta. 2020. **Stylo Urbano**. Disponível em: <https://www.stylourbano.com.br/a-historia-de-um-icone-da-moda-a-lendaria-maria-antonieta/>. Acesso em: 01 jun. 2022.

CUNHA, Renato. O Rei da Alta Costura: Como Luís XIV inventou a moda como a conhecemos. **Stylo Urbano**. 2015. Disponível em: <https://www.stylourbano.com.br/o-rei-da-alta-costura-como-luis-xiv-inventou-a-moda-como-a-conhecemos/>. Acesso em: 08 agosto 2022.

DEJEAN, J. **A essência do estilo**: como os franceses inventaram a alta-costura, a gastronomia, os cafés chiques, o estilo, a sofisticação e o glamour. 2. ed. Tradução de Mônica Reis. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

ELIAS, Norbert. **El proceso de la civilización**. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas. México, Fondo de Cultura Económica, 1993.

ELIAS, Norbert. **O Processo Civilizador**. Uma história dos costumes. Vol. 1. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

ELIAS, Norbert. **Sociedade de Corte**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

ENTWISTLE, Joanne. **The Fashioned Body**. Cambridge: Polity Press, 2000.

EUROSTAT. **Culture Statistics** - 2019 Edition. Statistical books. European Union, 2019.

FARIAS, Daniel Costa. Um breve debate sobre o poder em Pierre Bourdieu e Norbert Elias. **Áskesis**, São Carlos, v. 3, n. 1, p. 193-201, jan. 2014. Disponível em: <https://www.revistaaskesis.ufscar.br/index.php/askesis/article/download/133/pdf>. Acesso em: 10 maio 2023.

FEIGENBAUM, Harvey B. **Globalization and Cultural Diplomacy**. Washington: The George Washington University, 2001.

FERREIRA, Manoela Bernardi. **A aparência da Política**: a apropriação da moda e dos signos de luta pelas mulheres no contexto da revolução francesa, de 1789 a 1793.

2016. 101 f. TCC (Graduação) - Curso de Licenciatura em História, Centro de Filosofia e Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em:

https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/179556/TCC_final_rev_17_julho_final.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 08 maio 2023.

FERREIRA, Marie-Jo. “Testemunho da presença intelectual brasileira na França: a Revue du Monde Latin e o Brasil (1883 – 1893). In. RIDENTI, Marcelo, BASTOS, Elide Rugai; ROLLAND, Denis (orgs.). **Intelectuais: sociedade e política, Brasil – França**. São Paulo: Cortez, 2003.

FIGUEIREDO, Isabella Araújo. **Ano do Brasil na França e Ano da França no Brasil: diplomacia cultural e relações bilaterais**. Orientador: Dr. Antônio Carlos Lessa. Monografia (Pós Graduação) - Curso de Relações Internacionais, Universidade de Brasília. Brasília, 2010.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FURCO, Andrea. Paris Fashion Week: a história por trás das passarelas. a história por trás das passarelas. **Passaporte Fashionista**. 2022. Disponível em: <https://blog.passaportefashionista.com/paris-fashion-week-a-historia-por-tras-das-passerelas/>. Acesso em: 05 abr. 2023.

GARCIA, Alejandro Néstor. Distinção social e processo civilizador em Norbert Elias. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 68-101, abr. 2008. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/03_IARA_Garcia_versao-final.pdf. Acesso em: 10 maio 2023.

GERBAULT, Loïc. **La diplomatie culturelle française: la culture face à de nouveaux enjeux?**, Mémoire de recherche, Institut d'Études Politiques de Toulouse. 2008.

GIACCHETTA, Amanda Madureira. **VOGUE: a França é chique!**. 2012. 90 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharel em Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012. Disponível em: <https://www.ufjf.br/facom/files/2013/05/Vogue-a-Fran%C3%A7a-%C3%A9-chique.pdf>. Acesso em: 3 setembro 2022.

GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. São Paulo: Senac, 2010.

GUTIÉRREZ, Alicia B. Poder, hábitos y representaciones: recorrido por el concepto de violencia simbólica en Pierre Bourdieu. **Revista Complutense de Educación**, v. 15, n. 1, p. 289-300, 1 jan. 2004. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/RCED0404120289A/16345>. Acesso em: 11 setembro 2022.

HAN, Byung-Chul. **O que é poder?** Petrópolis: Editora Vozes, 2019. E-book (não paginado)

KIEVEL, Gustavo Luiz. Moda e política na Revolução Francesa: Maria Antonieta e Sans-Culottes. **11º Colóquio de Moda**. p. 1-6, 2015. Disponível em: <http://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/POSTER/PO-EIXO3-CULTURA/PO-3-MODA-E-POLITICA-NA-REVOLUCAO-FRANCESA.pdf>. Acesso em: 09 janeiro 2023.

KIEVEL, Gustavo Luiz; SCHERER, Camila Bisol Brum. Moda e política: uma análise da indumentária dos sans-culottes durante a revolução francesa. **4º Seminário de Iniciação Científica da Espm**, São Paulo, p. 1-16, 29 out. 2015. Disponível em: <https://acervo-digital.espm.br/Semin%20A1rio%20Inicia%20Cient%20Adfca%20ESPM/2015/379304.pdf>. Acesso em: 09 janeiro 2022.

LAMOGLIA, Adriana Fátima. A moda como elemento de distinção e imitação na contemporaneidade. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá, n. 191, p. 145-155, abr. 2017. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/download/32957/18931/>. Acesso em: 9 junho 2022.

LÉGIFRANCE. **LOI n° 2010-873 du 27 juillet 2010 relative à l'action extérieure de l'Etat** (1). 2010-873, 2010. Disponível em: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000022521532/>. Acesso em: 11 abril 2023.

LIMA, Laura Ferrazza de. Jogo de Imagens: a relação entre a arte e a moda na França do século XVIII. **Revista Cantareira**, Niterói, 16 ed., p. 1-13, jan. 2012. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cantareira/article/view/27885/16293>. Acesso em: 20 setembro 2022.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. 4. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. 347 p.

MACHADO, Álvaro Manuel. **“O francesismo” na literatura portuguesa**. Lisboa: Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, Ministério da Educação, 1984.

MARTINELLI, Caio Barbosa. Conjuntura Global, vol. 5 n. 1, jan./abr., 2016, p. 65-80. 65 O Jogo Tridimensional: o Hard Power, o Soft Power e a Interdependência Complexa, segundo Joseph Nye. **Conjuntura Global**, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 65-80, jan. 2016. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/conjgloblal/article/view/47424/28453>. Acesso em: 10 março 2023.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura & Consumo**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

MENDES, Raísa A. **Os modos de vestir e a influência francesa na Belle Époque carioca**. São Paulo: SENAC, 2015. Disponível em:

http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/wp-content/uploads/2015/11/75_IC_VOL-5_2.pdf. Acesso em 2 setembro 2022.

MICHETTI, Miqueli. **A lógica social da moda**: apontamentos para uma teoria crítica da cultura de consumo. 2006. 249 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2006. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/99003/michetti_m_me_arafcl.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 2 fevereiro 2023.

MICHETTI, Miqueli. Capítulos da modernidade: moda e consumo na paris do século xix. **Revista Proa**, Campinas, v. 1, n. 1, p. 228-252, 01 nov. 2009. Disponível em: <https://www2.ufff.br/posmoda//files/2008/07/Miqueli-Michetti-09.pdf>. Acesso em: 2 fevereiro 2023.

MINISTÈRE DE L'EUROPE ET DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES. **Diplomatie Culturelle**: La politique culturelle extérieure de la France. 2015a. Disponível em: <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-culturelle/>. Acesso em: 10 abril 2023.

MINISTÈRE DE L'EUROPE ET DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES. **Le réseau culturel français à l'étranger** 2015b. Disponível em: <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere--de-la-france/diplomatie-culturelle/le-reseau-culturel-francais-a-l-etranger/>. Acesso em: 10 abril 2023.

MORAND, Pascal. **Como a moda repercute na França**. Disponível em: <https://artsandculture.google.com/story/nAXRAlykk8X5Lg?hl=pt-BRhttps%3A%2F%2Fnaomekahlo.com%2Fo-poder-simbolico-e-a-violencia-simbolica%2F>. Acesso em: 09 maio 2023.

NYE JR., Joseph S. **Soft power**: the means to succes in world politics. Nova York: Public Affairs, 2004.

NYE JR., Joseph S. **The future of power**. Nova York: Public Affairs, 2011. E-book (não paginado).

OLIVEIRA, Beatriz Tenório de. O modelo da diplomacia cultural francesa. **O Cosmopolítico**, Niterói, v. 7, n. 1, p. 69-82, ago. 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ocosmopolitico/article/view/53837>. Acesso em: 10 abril 2023.

PARIS MUSEÉS. **L'acteur Chénard. (IFF 42 p.227)**. Disponível em: <https://www.parismuseescollections.paris.fr/fr/musee-carnavalet/oeuvres/l-acteur-chenard-iff-42-p227#infos-principales>. Acesso em: 12 maio 2023.

PETER, Glenda Dimuro. Influência francesa no patrimônio cultural e construção da identidade brasileira: o caso de pelotas. **Arquitextos**, Brasil, n. 087.07, ano 08, ago. 2007. Disponível em: <https://vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/08.087/222>. Acesso em: 11 abril 2023.

PIMENTEL, António Filipe. Os Pintores de D. João V e a Invenção do Retrato de Corte. **Revista do Instituto de História da Arte**. n. 5, 2008. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/12605/1/ART_7_Pimentel.pdf. Acesso em: 22 março 2023.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **Barthes e Bourdieu Os maîtres à penser e a moda**. 2010. Acervo, Rio de Janeiro. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/54190>. Acesso em: 01 jun. 2022.

REMADIH - Repositório de Material Didático para o Ensino de História. Revolução Francesa. **UNIFAL – MG**. 2017. Disponível em: <https://www.unifal-mg.edu.br/remadih/revolucao-francesa/>. Acesso em: 12 outubro 2022.

RIBEIRO, Aileen. **Fashion in the French Revolution**. Bath: Bath Press, 1988.

RIO, João do. **Cinematógrafo: crônicas cariocas**. Rio de Janeiro: ABL, 2009.(Coleção Afrânio Peixoto, vol. 87).

ROCHE, Daniel. **A Cultura das Aparências: Uma História da Indumentária (Séculos XVII - XVIII)**. São Paulo: Senac, 2007.

SALAVERRY, Antonio. Imagem digital. Recuperada de: **Shutterstock**. Disponível em: <https://www.shutterstock.com/pt/g/AntonioSalaverry>. Acesso em: 09 setembro 2022.

SETTON, Maria da Graça. A moda como prática cultural em Pierre Bourdieu. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 119-141, abr. 2008. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/05_IARA_Setton_versao-final.pdf. Acesso em: 10 setembro 2022.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio In: NOVAES, Fernando (Coord. Geral) e SEVCENCKO, Nicolau (Org.do vol). **História da vida privada no Brasil**. vol. 3 República: da Belle époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SILVA, Beatriz Cardeal da. **O soft power francês na reestruturação do poder simbólico de Portugal e do Brasil nos séculos XVIII e XIX**: a coleção ad usum delphini e a biblioteca nacional. 2021. 64 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/17078/1/BSilva.pdf>. Acesso em: 20 fevereiro 2023.

SIMMEL, Georg. **A mulher e a moda**. 2008a. Disponível em: http://www.lusosofia.net/textos/simmel_georg_a_mulher_e_a_moda.pdf. Acesso em: 01 junho 2022.

SIMMEL, Georg. *Filosofia da Moda*. Lisboa: Edições Texto e Grafia, 2008b.

SIMON, Mark. **A Greater Role for Cultural Diplomacy**. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', the Hague, 2009.

STEVENSON, NJ. **Cronologia da Moda**: de Maria Antonieta a Alexander McQueen. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

THE SOFT POWER 30. **Overall Ranking 2019**. Disponível em: <https://softpower30.com/>. Acesso em: 12 maio 2023.

VIEGAS, Juliana Pascoal. **Moda e relações internacionais**: um estudo de caso do projeto "Iniciativa para uma moda ética". 2017.67 f. Monografia (Graduação) - Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/11347>. Acesso em: 08 maio 2023.

VOLLI, U. **Contro la moda**. Milão: Feltrinelli, 1988.

WEBER, Caroline. **Rainha da Moda**: como Maria Antonieta se vestiu para a Revolução. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2008.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO) (ED.). **International Tourism Highlights**, 2019 Edition. World Tourism Organization (UNWTO), 2019.

ZIMERMANN, Igor. Iluminismo: o que foi e qual a sua importância? **Politize!** 2021. Disponível em: <https://www.politize.com.br/iluminismo/>. Acesso em: 4 fevereiro 2023.