

# MODA E POLÍTICA: UMA ANÁLISE SOBRE A INDUMENTÁRIA DE MARIA ANTONIETA E DOS SANS- CULOTTES DURANTE A REVOLUÇÃO FRANCESA

FASHION AND POLITICS: AN ANALYSIS OF MARIE ANTOINETTE AND SANS-  
CULOTTES CLOTHING DURING THE FRENCH REVOLUTION

Gustavo Luiz Kievel<sup>1</sup>  
Camila Brum Scherer<sup>2</sup>

## RESUMO

O presente artigo propõe-se a apresentar os resultados parciais de uma pesquisa de iniciação científica que tem como objetivo central analisar a moda enquanto fator denunciante de mudanças sociais através da sua face comunicadora. Para tanto, faz-se um recorte histórico para essa análise: a sociedade francesa durante a Revolução Francesa. A partir da exploração de teóricos e correntes teóricas sobre a moda enquanto canal comunicador, é possível evidenciar como a moda pode representar e comunicar valores de uma sociedade em um determinado período histórico, a citar, nesse caso, a Revolução Francesa. As figuras centrais para a análise de cruzamento dessas teorias, que integralizarão a pesquisa, consistem na imagem de Maria Antonieta e dos Sans-Culottes, ambas figuras de grande destaque durante o período em questão e que influenciaram não somente a política da época, mas também a história da vestimenta.

**Palavras-chave:** Moda. Revolução Francesa. Sans-Culottes. Maria Antonieta.

## ABSTRACT

This article aims to present the partial results of a scientific initiation research that has as its central objective an analysis of fashion as a toll to evidence social change through its communicator faculty. For this purpose, it has been made a historical delimitation: the French society during the French Revolution. From the exploration of fashion and communication theories, it's possible to evidence how fashion can represent and communicate values of a society at a given historical period, in this case the French Revolution. The central figures for the cross analysis of these theories, which will integrate the research, consist in the image of Marie Antoinette and the Sans-Culottes, both high-profile figures during the period in question and not only influenced the politics of the time, but also the history of clothing.

**Keywords:** Fashion. French Revolution. Sans-Culottes. Marie Antoinette.

<sup>1</sup> Estudante do 4º semestre de Design de Moda na ESPM-Sul.

<sup>2</sup> Professora orientadora.

## 1 INTRODUÇÃO

Divergindo de conceitos e significados, a moda se molda à sociedade assim como produz conteúdos culturais que também são causadores de mudanças sociais (SIMMEL, 2008; BARTHES, 2009; LIPOVETSKY, 2009; CASTILHO, 2004; MCCRACKEN, 2003). A partir dessa faculdade da moda, que a permite ser relacionada com diversos assuntos que nos cercam diariamente na sociedade - a incluir políticos, sociais, culturais, etc -, podemos analisar os eventos de mudanças sociais que são refletidas no vestuário de uma população e compreender o papel fundamental da moda, muitas vezes inferiorizado (SIMMEL, 2008; ENTWISTLE, 2000) na origem das relações de comunicações inter-pessoais que nos dotam da capacidade de conviver em sociedade. Esse é o objetivo central desta pesquisa, cujo foco geográfico, temporal e cultural se estabelece na França revolucionária no final do século XVIII, durante o período conhecido historicamente como Revolução Francesa. Como símbolos políticos e de revolução na moda do período, a comunicação das reviravoltas sociais através da moda serão evidenciados em duas figuras: Maria Antonieta e os Sans-Culottes.

## 2 MODA E COMUNICAÇÃO

Os significados que a indumentária pode nos fornecer mudam frequentemente de acordo com a cultura e período histórico, já que “moda, indumentária e vestimenta são fenômenos culturais” (BARNARD, 2003, p. 57). Além disso, a moda pode ser “compreendida como um sistema histórico e geográfico específico para a produção e organização da vestimenta” (ENTWISTLE, 2000, p. 44), já que adquire características de distinção social, como é evidenciado por Simmel (2009, p. 8):

A moda expressa, da forma mais visível e concreta, a realidade essencialmente dialéctica e dinâmica da sociedade, feita de interconexões e liames, mas também de inevitáveis conflitos entre os indivíduos, entre as múltiplas e diferentes formações sociais, entre os indivíduos e os grupos ou as classes.

A caracterização social pela roupa se tornou o centro dos debates a partir do século XVII (ROCHE, 2007) e continua até hoje. Decisões sobre o status e o papel social das pessoas são tomadas diariamente tendo como base a sua vestimenta, podendo ser designadas como “hieróglifos sociais” (WEBER, 1954 apud BARNARD, 2003), que escondem, mesmo quando comunicam, a posição social daqueles que os vestem.

Para tornar possível a caracterização social através da moda, ela [a moda] assume uma propriedade comunicadora: “moda e indumentária são formas de comunicação não-verbal uma vez que não usam palavras faladas ou escritas” (BARNARD, 2003, p, 49-50), sendo capaz de comunicar identidades, posições sociais, status e ideologias. Essa propriedade comunicativa é, segundo Entwistle (2000, p. 66), uma das explicações para a existência e relevância da moda: “uma explicação para todas as formas de adornos, tradicionais e modernos, são resultantes da propensão de comunicação humana através de símbolos”. Sendo assim, “a lógica da roupa oferece uma maneira de compreender e um meio de estudar as transformações sociais que ocorrem nos aglomerados urbanos” (ROCHE, 2007, p. 20).

O estudo da sociedade através das lentes da moda nos remete ao período conhecido como Revolução Francesa. No final do século XVIII, quando “pela primeira vez, políticas intrusivas, uma maior consciência das diferenças entre classes e uma incansável necessidade de mudança e auto-expressão” (WEBER, 1988, p. 19), a moda teve sua maior representatividade enquanto ferramenta denunciadora de mudanças sociais. (IDEM).

### **3 A SOCIEDADE FRANCESA DURANTE A REVOLUÇÃO**

O principal historiador sobre a sociedade francesa do Antigo Regime, Norbert Elias (2011), fala sobre dois *ethos* que comandavam e formavam as relações de convivência nessa sociedade: o *ethos* social – dos profissionais burgueses – e o *ethos* do consumo em função do status (*status-consumption ethos*) – da realeza e nobreza.

Sobre o ethos social, Elias (2011) descreve que a econômica das famílias de maior renda era controlada pela submissão das despesas às receitas, de modo que a diferença constitua uma economia a ser investida, na expectativa de ganhos maiores no futuro. Ou seja, através de um estratégia de ganhos e perdas a longo prazo, a família obtia o seu êxito social, visando cada vez maior status e prestígio.

Quando, nesse sistema, através de gastos exorbitantes para manter a sua posição social, uma família chega a se arruinar, dá lugar a outra que logo começa a consumir seu capital. Constitui-se assim um movimento cíclico que leva as famílias burguesas enriquecidas que alcançaram a nobreza a se tornarem famílias nobres arruinadas financeiramente, cujos membros talvez acabem tendo que trabalhar para ganhar a vida. Privados do seu orgulho e da sua posição social, voltam a fazer parte do “povo” novamente (IBIDEM). Este sistema era reforçado por todos os constituintes da sociedade francesa na época em questão, desde os plebeus até a alta hierarquia.

### 2.1 3.1 MODA ENQUANTO EXPRESSÃO POLÍTICA-SOCIAL

A vestimenta, fazendo uso de sua característica comunicativa, atua também como uma ferramenta de diferenciação e de socialização, ligada ao conceito de representação que ela propõe dentro de uma sociedade, como já foi evidenciado na teoria de Barnad (2003), sustentada pela modelo de interações sociais de Weber (1954), Lipovetsky (2009), Barthes (2009) e Castilho (2004). Consideradas assim, “as peças de moda e vestuário marcam o limite entre um grupo e outro e asseguram que uma identidade permaneça separada de outra, dela diferindo” (BARNARD, 2003, p. 66). Estudar o processo de como a vestimenta pode delimitar espaços sociais, fazendo alusão às condições econômicas e de prestígio de determinados extratos da hierarquia social durante a Revolução Francesa é lançar luz sobre a moda como ferramenta de pesquisa sociológica, afirmando-a como uma ciência relevante e merecedora de prestígio. Indo ao encontro da proposta da pesquisa, o respaldo teórico desenvolvido nesta seção permitirá o seguimento da mesma.

A cultura, sendo refletida na moda, torna-a uma ferramenta de afirmação social, permitindo que membros de um grupo com a mesma cultura dividam a identidade comum entre eles. A teoria de Williams (1981) e McCracken (2003), Entwistle (2000, p. 63) comprova o diálogo entre moda, cultura e política: “a moda responde a mudanças sociais e políticas”, e acrescenta que à moda tem sido atribuída importância no processo de desenvolvimento de classes dentro das sociedades.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir do artigo aqui apresentado, referente aos resultados parciais de uma pesquisa de iniciação científica, foram explorados os pontos de intersecção entre moda, comunicação, sociedade e cultura a fim de responder uma pergunta maior: é possível evidenciar as mudanças sociais ocorridas na França Revolucionária através da indumentária dos participantes dessas mudanças? Essa questão se apoia na afirmação de que "o vestuário pode ser usado como um operador histórico que se presta não somente a refletir circunstâncias históricas mutantes, mas também funciona como mecanismo que cria e constitui esta mudança em termos culturais" (MCCRACKEN, 2003, p. 88).

A partir do conteúdo apresentado até o dado momento, é possível afirmar que a moda possui características comunicativas, tornando-se uma ferramenta útil e relevante para o estudo de períodos históricos e sociológicos, a fim de melhor compreendê-los. O recorte histórico proposto na pesquisa, a Revolução Francesa, segundo a exploração acerca da sociedade da época, é um campo fértil para esse tipo de análise – o que faz a moda como ferramenta de exploração. Foi possível confirmar que essa análise é possível e integrará a pesquisa no futuro.

## REFERÊNCIAS

- BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BARTHES, Roland. **Sistema da Moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- BOUCHER, François. **História do vestuário no Ocidente**. São Paulo: Cosas Naify, 2012.
- CASTILHO, Khatia. **Moda e Linguagem**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- ELIAS, Norbert. **Sociedade de Corte**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- ENTWISTLE, Joanne. **The Fashioned Body**. Cambridge: Polity Press, 2000.
- ROCHE, Daniel. **A Cultura das Aparências - Uma História da Indumentária (Séculos XVII - XVIII)**. São Paulo: Senac, 2007.
- LEE, Kristin. **Fashioning the Self: The Symbolic Nature of Dress in Eighteenth-Century France**.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- LURIE, Alison. **A Linguagem das Roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- MCCRACKEN, Grant. **Cultura & Consumo**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.
- OLIVEIRA, Rok. A perspectiva da cultura material nos estudos da indumentária. **Revista Historiar**, v. 04, n. 07, 2012.
- RIBEIRO, Aileen. **Fashion in the French Revolution**. Bath: Bath Press, 1988.
- SILVA, Angela; VALENCIA, Marina. **História da Moda: da idade média à contemporaneidade do acervo bibliográfico do Senac – Campus Santo Amaro**. São Paulo: CRB-8 Digital, 2012.
- SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda**. Lisboa: Edições Texto e Grafia, 2008.
- TRONCA, Flávia. **Resenha: A Cultura das Aparências**. Modapalavra e-periódico, 2008.
- WEBER, Caroline. **Rainha da Moda: como Maria Antonieta se vestiu para a Revolução**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2008.
- ZIZEK, Slavoj. **Em defesa das causas perdidas**. São Paulo: BOMTEMPO, 2011.