

ALTA COSTURA E ALTA CULTURA NOS PAMPAS

HAUTE COUTURE AND HAUTE CULTURE FROM THE PAMPAS

Renata Fratton Noronha¹

Faculdade de Tecnologia Senac Porto Alegre/Senac-RS

ffratton@gmail.com

Resumo: Sendo foco de nossa pesquisa maior as questões de cunho local que permitem analisar a moda produzida no Rio Grande do Sul, a trajetória de Rui Spohr mostra-se como fonte consistente para a compreensão das dinâmicas de distinção locais, cuja evolução, vinculada, especialmente, às transformações que se dão em face das características desse processo, gera embates que têm como espaço a cidade de Porto Alegre.

Palavras chave: moda, Porto Alegre, Mary Steigleder, Rui Spohr.

Abstract: Taking a glance at Rui Spohr's path, this work starts from an interdisciplinary approach, through which it is sought to perceive what regards his work concerning his representativeness in the midst of fashion produced in Rio Grande do Sul, more specifically in Porto Alegre.

Key words: fashion, Porto Alegre, Mary Steigleder, Rui Spohr.

Introdução

Na Porto Alegre do tempo dos concursos de misses e dos bailes de debutantes, as elegantes mantinham o hábito do *footing* na Rua da Praia. Era no centro da cidade que se encontravam chapeleiros, modistas, sapateiros e tudo o mais que fosse necessário para compor-se o visual da moda.

A cidade ganhava contornos de metrópole com seus novos e modernos edifícios, que promoviam a transformação do espaço urbano da cidade.

A década de 1950 é marcada por uma busca pela modernidade nos hábitos e nas formas de consumo. O automóvel e o ônibus firmam-se como meio de transporte, promovendo uma nova concepção de deslocamento no espaço urbano - transformado devido ao crescimento da área urbana e da verticalização da parte central da cidade. Os hábitos de consumo passam a ser influenciados pelos filmes de Hollywood (que podiam ser assistidos nos vários cinemas existentes ao redor da Praça da Alfândega), enquanto as páginas dos

¹ Mestre em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale. Foi estagiária do Museu Galliera durante seu período como aluna do Master 2 em Mode et Création da Université de la Mode- Lumière Lyon 2. É coordenadora do curso superior de Tecnologia em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senac do Rio Grande do Sul .

jornais e revistas exibiam anúncios de carros, eletrodomésticos, moda e de produtos de higiene e beleza para a mulher moderna. (Monteiro, 2004)

A emergente crônica social comentava os eventos importantes, como bailes, bodas, chás beneficentes, exposições e também apontava as mais elegantes, dando nome e sobrenome à mais bem vestida, à mais bem penteada, à mais bem maquiada... Ou seja, apesar de renovadas as idéias no período pós-guerra, a mulher ainda era definida a partir dos papéis femininos tradicionais, que envolviam o casamento, o cuidado com os filhos e as ocupações domésticas.

É neste cenário que se dá a instalação definitiva em Porto Alegre, após um temporada de estudos em Paris, do costureiro Rui Spohr- que nasceu Flavio Spohr, em 1929, na cidade de Novo Hamburgo.

Universo estritamente feminino, a moda da capital gaúcha é cheia de influências francesas, conduzida por suas “madames”, termo que, à época, era utilizado como simples distintivo das “grandes costureiras”, ou seja daquelas que atendiam a boa sociedade.

Neste retorno, Rui encontrou em Madame Mary Steigleder, sua grande rival. Em sua biografia, escrita em parceria com a jornalista e tradutora Beatriz Viegas-Farias, não indica seu nome, identificando-a apenas como Madame Cuja Dita.

A jornalista Célia Ribeiro², ao recordar esta época, ajuda a desvelar a trajetória de Mary, atentando para o fascínio que ela exercia sobre as clientes:

Minha mãe era cliente dela, meu primeiro chapéu foi ela que fez. ...Eu me lembro como se fosse hoje: um chapéu todo de crina, viradinho, eu devia ter uns 5 ou 6 anos³..

Foi a primeira vez que eu vi uma mulher se fazer de próprio modelo... Nunca mais me esqueci daquilo, tinha fascínio por ela... Ela chegava com o chapéu na mão, a cliente sentada em frente ao espelho, um ambiente muito bonito... E ela pegava o chapéu e botava nela mesma... Não sei como a cliente tinha coragem de botar o chapéu depois dela! E ela colocava o chapéu e fazia assim na frente do espelho, e era linda... Alta, pele clara, dentes bonitos, olhos pequenos... Ela tinha um charme, um *allure*. E a cliente acreditava que ia ficar linda como ela. (RIBEIRO,2012)

² A jornalista Celia Ribeiro foi entrevistada em dezembro de 2012. Os trechos aqui apresentados são transcrições desta entrevista.

³ O relato de Celia Ribeiro nos indica que Mary Steigleder já atuava como chapeleira na década de 1930.

Bonita, elegante e “bem casada”, muito mais do que uma chapeleira ou modista, Mary Steigleder era um exemplo a ser seguido: despertava a admiração das clientes - sem nunca chamá-las à rivalidade.

O primeiro desfile organizado por Rui para mostrar suas criações, com modelos que trouxera da França, resulta em uma declaração de guerra: o recém chegado Rui ousa disputar espaço com a reconhecida Mary Steigleder.

Desta forma, este artigo procura evidenciar a maneira como o sistema de alta-costura francês é incorporado a moda do Rio Grande do Sul, à partir de 1950.

O duelo de agulhas promovido entre Spohr e Steidleder nos convidam a perceber Rui em um papel “civilizador”, no qual atua promovendo uma espécie de “pedagogia do gosto”.

Está declarada a guerra de agulhas!

Em suas memórias, Rui comenta o seu primeiro grande embate com Mary Steigleder, travado no momento de seu primeiro desfile:

Chegada a hora do desfile, eu tinha uma platéia muito alinhada, mulheres bonitas, bem vestidas, bem enchapeladas, como era moda na época. Tudo pronto para começar e a Cuja Dita ainda não tinha chegado. Um pouco depois, ela fez sua entrada triunfal no salão, todo mundo respira aliviado e o desfile pode ter início. [...] Encerrado o desfile, a Gilda Marinho⁴ procura-me no toalete que estava fazendo as vezes de camarim e me convida para ir até a mesa da Cuja Dita, ‘ela quer te cumprimentar’ (SPOHR e VIEGAS-FARIAS,1997,p.110)

⁴ Gilda Marinho foi uma das mais importantes jornalistas dedicadas à crônica social do Rio Grande do Sul. Natural de Pelotas, mudou-se para Porto Alegre em 1933 e, na década de 1940, passou a colaborar em reportagens sobre moda e beleza feminina na Revista do Globo. Na Editora do Globo, passa a coordenar um departamento voltado a assuntos femininos onde se produzem publicações como “A Mulher e o Lar” e “ A Grande Enciclopédia do Lar”. Gilda não casou e não teve filhos, subvertendo a moda da época e sendo reconhecida como uma “mulher moderna” (ZALLA, 2007)

Na década de 1950 passa a ser colunista no jornal A Hora, assinando por vezes polêmica coluna “Carossel”. A edição de 7 de junho do jornal traz a reportagem do jornalista Paulo Moreira, que sob o título “Difícil outra mulher como Gilda...Marinho” apresenta a Gilda como “mulher versátil, misto de ‘*business-woman*’, de escriba e de ‘*expert*’ do ‘*society*’ metropolitano”. Mulher culta (fluente em cinco idiomas) e amante da moda, Gilda usa o espaço da reportagem para contar que fora dona de uma “casa de modas”, mas, nas palavras de Gilda: “descobri que aquilo que me agradava mesmo era comprar e não vender vestidos e chapéus. Creio que sempre fui a melhor freguesa de minha própria casa.” Conforme Celia Ribeiro, Gilda Marinho era cliente fiel de Mary Steigleder. Amante da moda, o alvoroço causado por Gilda ao aparecer de mini saia na Rua da Praia no início da década de 1960 está entre os episódios que marcam a personalidade excêntrica de Gilda.

E o relato segue, deixando claro que o cumprimento a Mary transformou-se em uma delimitação de espaço, feita através de uma irônica e afiada crítica, um “duelo de esgrima” do qual consegue escapar habilidosamente, mas não sai ileso:

Os chapéus foram apresentados sem que eu indicasse a procedência; todos faziam parte da coleção Rui de chapéus e o público não sabia que chapéus eram Jean Barthelet, Jacques Fath ou Rui.[...]

Então insisti com a Cujá Dita para que ela me dissesse qual dos chapéus chamava-lhe a atenção por não ter “aquele chique.”

[...]

E aquilo já tinha virado uma queda de braço, e dava para sentir que não haveria empate. Ou ela arrasava comigo ou eu saía por cima. No fim ela se definiu por um dos últimos chapéus a desfilar, um de palha, aba larga.

[...]

-Pois eu sinto muito, mas a senhora acaba de criticar um chapéu de Jacques Fath - viro o chapéu e mostro a etiqueta.

Ela pulou da cadeira, pegou a bolsa, abriu caminho e se retirou. Marido, filha, genro, irmã, saíram todos correndo em fila indiana atrás dela e a festa acabou ali. Quando nos encontramos de novo, ele me acusou de tê-la exposto ao ridículo e jurou perseguir-me “até a morte”, ao que acrescentou:

-Você vai vencer, mas enquanto eu for viva vai ter que enfrentar a minha guerra - E guerra foi.” (IDEM,p.110-112)

Apesar de velada, a guerra continuou. Ambos culminaram em sofrer com o declínio do uso do chapéu, vendo-se forçados a buscar novas possibilidades. Mary seguiu apostando na cópia de modelos franceses. E Rui apostou na formação que adquiriu na França, assim como em suas experiências parisienses para dar forma a sua própria *maison de couture*, adaptando as tendências da moda internacional à realidade da sua clientela local.

Rui foi o primeiro aluno brasileiro da escola da *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*, órgão fundado em 1868 por Charles Worth e por seu filho, com a intenção de proteger as criações de alta costura de possíveis cópias.

Na década de 1950, a instituição era uma das únicas no mundo a voltar-se ao ensino dos *métiers* da moda. Os alunos aprendiam através de aulas de história da moda, desenho, corte, e de costura e tinham ainda a possibilidade privilegiada de assistir os desfiles dos grandes costureiros.⁵

⁵ Nesta época, muito mais do que espetáculos publicitários, os desfiles são ações de promoção de vendas, portanto exclusivos às clientes. Para garantir a exclusividade dos modelos, a

Como aluno da escola que representa a instituição máxima da alta costura, além dos valores da cultura parisiense, Rui passa a incorporar, de maneira legítima, a singularidade da iniciativa de Worth que, ainda no século XIX, assenta os fundamentos da moda moderna, transformando o papel do costureiro que, segundo Lipovetsky (2010),

se impôs como criador cuja missão consiste em elaborar modelos inéditos, em lançar regularmente novas linhas de vestuário que, idealmente, são reveladoras de um talento singular, reconhecível, incomparável.[...] O costureiro, após séculos de renegação subalterna, tornou-se um artista moderno. (LIPOVETSKY, 2010, p.92)

Investido desses poderes de artista moderno, a assinatura do costureiro, muito mais do que um sinônimo de “garantia de procedência”, transforma-se em elemento de transmutação simbólica.

Para o sociólogo francês Pierre Bourdieu (2006), o costureiro convertido em criador, valendo-se de códigos anteriormente restritos à arte, passa a ser dotado deste poder mágico que fundamenta a sua raridade produtora. Assim, nas palavras de BOURDIEU (2006):

É produzindo a raridade do produtor que o campo de produção simbólico produz a raridade do produto: o poder mágico do criador é o capital de autoridade associado a uma posição que não poderá agir se não for mobilizada por uma pessoa autorizada, ou, melhor ainda, se não for identificado com uma pessoa e seu carisma, além de ser garantido por sua assinatura (BOURDIEU, 2006, p.154).

Ao disputar espaço com Mary Steigleder, Rui também coloca em jogo a magia de sua assinatura. Este embate nos remete às análises de Bourdieu sobre o fetichismo e a magia na produção de bens de moda.⁶

Para o autor, neste campo⁷ particular que a moda configura, os dominantes são aqueles que têm maior grau de poder na constituição de objetos raros, legitimados pela marca de sua assinatura, ou seja, pela sua “grife”, sendo capazes ainda de produzir legitimidades ou “objetos sagrados e,

imprensa especializada só era autorizada a divulgar imagens dos modelos um mês após as apresentações. (VINCENT-RICARD, 2002; SPOHR e VIEGAS-FARIAS, 1997)

⁶ Em seus respectivos estudos “Alta costura e alta cultura” e “O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia” Pierre Bourdieu analisa o campo da alta - costura como forma de ilustrar as dinâmicas da distinção e sua legitimação através da assinatura ou grife, evocativa do poder simbólico do criador -.

⁷ De acordo com as idéias de Bourdieu, os campos possuem suas próprias regras, são constituídos por redes de relações ou de oposições entre seus membros. Os conflitos e tensões entre esses membros s funcionam como uma espécie de motor, delimitando o próprio campo.

ao mesmo tempo, consumidores convertidos, dispostos a abordá-los como tais e pagar o preço material ou simbólico necessário para dele se apropriarem” (BOURDIEU,2006,p.169.).

Já os recém-chegados possuem estratégias de subversão orientadas para uma acumulação de capital específico, que supõe uma inversão mais ou menos radical do quadro de valores, gerando a desvalorização do capital detido pelos dominantes. (BOURDIEU,1983, p.155.)

No cenário porto-alegrense, Mary Steigleder representa o poder dominante. Suas estratégias de manutenção de poder no campo constituem-se, além do seu bom gosto pessoal, periodicamente estampado nas colunas sócias dos jornais da época, pela parceria que garante a recriação de modelos “legítimos”, ou seja, mediando objetos já consagrados por assinaturas de criadores de moda prestigiados à época.

Ainda nas palavras de Célia Ribeiro⁸: “Mary Steigleder não foi uma estilista, mas sim uma grande costureira voltada para o luxo e a qualidade das roupas, sob inspiração parisiense. Mantinha-se sempre atualizada, viajando anualmente a Paris e, Menna Fialla, da Casa Canadá, do Rio, foi uma grande amiga”.

A crônica social da época celebra Mary Steigleder como uma das “Dez personalidades que fazem notícia no mundo feminino”. Entre mulheres que destacam-se na sociedade porto-alegrense, a Sra. Sylvio Steigleder é a personalidade que melhor representa a alta-moda gaúcha, por sua elegância e bom gosto:

Elegância incomparável, beleza clássica e muita aristocracia, são características marcantes da personalidade de d. Mary. Ela já foi uma das “Dez mais elegantes do Brasil”, em lista apresentada por Ibrahim Suede, é figura indispensável nas seleções gauchas de elegância e seu nome já é sinônimo de chiquismo, atualidade e bom gosto. Mary possui uma das melhores casas de moda do Brasil e acaba de chegar da Europa a fim de adquirir modelos autênticos para si e para sua freguesia. E ela é sempre a mesma, em seu estilo bonito de mulher que sempre permanece na moda, que nunca passa despercebida e que é sempre motivo de notícia e comentários elogiosos. Era uma imposição o nome de d. Mary nesta lista em que ela figura como representante da alta-moda gaúcha⁹.

⁸ Caderno “Zero Hora 30 anos de moda, Salão de alta-costura”. Porto Alegre, 1994.

⁹ Jornal A HORA,16 de maio de 1958.

Apesar de não apresentar criações exclusivas, Mary, reconhecida pela elegância, bom gosto e pelo exemplo de mulher de seu tempo, legitimava a última moda, enfatizando seu poder distintivo. No que se refere à legitimação, distinção e à imposição de um novo estilo na moda, Bourdieu (1983) nos dirá que:

Assim como o campo das classes sociais e dos estilos de vida, o campo da produção tem uma estrutura que é o produto de sua história anterior e o princípio de sua história ulterior. O princípio de sua mudança, é a luta pelo monopólio da distinção, isto é, o monopólio da imposição da última diferença legítima, a última moda, e esta luta se completa pelo deslocamento progressivo do vencido ao passado. (BOURDEIU,1983, p.157.)

Já Rui apresenta-se como um recém-chegado que não se mostra intimidado e, entre as suas estratégias de subversão estará a de oferecer à clientela de moda local aquilo que viu e aprendeu em Paris - sem intermediários.

Ao lado de sua esposa Dóris, foi adaptando as técnicas aprendidas nas escolas francesas, estabelecendo uma forma de confecção baseada no *savoir-faire* francês, que viria somar-se a sua capacidade de criar modelos originais – oficializada pelo tempo de estudo na escola ligada à instituição máxima da alta costura:

Qual não foi a minha surpresa quando, anos depois, aquela que hoje é minha mulher - pessoa tremendamente técnica, filha de engenheiro, adora números, adora minúcias, é perfeccionista nos mínimos detalhes- aproveitaria todo esse material que eu trouxe para o Brasil. Com base nele, e principalmente na experiência que tive com aquela tecnologia, Dóris e eu montamos nosso método de corte, a nossa maneira de trabalhar. Março de 1960 marcou o início de nosso atendimento com base na alta-costura, na verdadeira técnica do *moulage*. (SPOHR e VIEGAS-FARIA,1997,p.136.)

Assim, em pouco tempo, Rui instala em Porto Alegre sua versão de *maison de couture*, seguindo à risca o modelo francês :

No térreo havia uma sala de provas repartida com biombos, onde duas clientes podiam trocar de roupa simultaneamente. Podia-se ter uma provando um vestido do *frou* e a outra um *tailleur*, por exemplo. Dóris, encarregada também da seção *frou*, acompanhava a primeira e o chefe da seção de alfaiataria acompanhava a segunda. Em geral a Dóris comandava as provas, os encarregados de cada seção marcando aquilo que deveria ser modificado e eu revisava tudo.(IDEM,1997p.139)

Na guerra entre Rui e Mary Steigleder se estabelece uma disputa em que não há vencedores, mas a criação de uma competição criativa em

movimento, que irá gerar novos modelos e novas estratégias de distinção, como sugere Bourdieu,(1993):

A luta permanente no interior do campo é o motor do campo. Vê-se de passagem que não há nenhuma antinomia entre a estrutura e história e o que define aquilo que considero como a estrutura do campo é também o princípio de sua dinâmica. Os que lutam pela dominação fazem com que o campo se transforme, se reestruture constantemente. A oposição entre a direita e a esquerda, entre a retaguarda e a vanguarda, o consagrado e o herético, a ortodoxia e a heterodoxia, muda constantemente de conteúdo substancial mas permanece estruturalmente idêntica.(BOURDIEU,1993, p.158.)

Ultrapassando os limites do corte e da costura, dos vestidos e dos chapéus, a guerra vai ganhando novos espaços, como o da crônica social. Se por lado Mary Steigleder encarna o ideal da mulher elegante, figurando como personagem importante, exaltada pelos jornalistas, Rui passa a escrever suas próprias colunas.

Transformado em “conselheiro do bom gosto”, aponta o que e quem é elegante, disseminando a sua visão sobre a moda e, assim, encontrando um espaço privilegiado para promover também as próprias criações.

Por uma “pedagogia do gosto”

A “pedagogia do gosto” de Rui é feita através de “ensinamentos” que se tornam acessíveis por serem difundidos inicialmente nas páginas dos jornais até chegarem, na década de 1960, à televisão.

Para Pierre Bourdieu (2011), os gostos podem ser compreendidos como um conjunto de práticas ou propriedades de uma pessoa ou de um grupo, funcionando como produto de um encontro, de uma harmonia pré-estabelecida. Dessa forma,

Para que haja gostos, é preciso que haja bens classificados, de "bom" ou "mau" gosto, "distintos" ou "vulgares", classificados e ao mesmo tempo classificantes, hierarquizados e hierarquizantes, e que haja pessoas dotadas de princípios de classificações, de gostos, que lhes permitam perceber entre estes bens aqueles que lhes convém, aqueles que são "do seu gosto". (BOURDIEU,2011,p.161)

Em seu relato biográfico, Rui mostra que, ainda criança em Novo Hamburgo, percebe a diferença que torna distantes os hábitos das mulheres da cidade onde vive e das elegantes porto-alegrenses.

Apesar da proximidade geográfica das duas cidades, esta era uma distância composta de gestos e de modos:

Lembro que quando eu tinha cinco anos, em 1935, e a família viajava de carro para Porto Alegre: ao chegarmos em Canoas, minha mãe usava o espelho do carro para colocar o chapéu. Em Novo Hamburgo não se usava chapéu, mas na Capital o chapéu era obrigatório para quem seguia a moda. (SPOHR e VIEGAS-FARIA,1997,p.173.)

Assim, a primeira tarefa de Rui, ao ganhar espaço na Gazeta de Novo Hamburgo, foi exatamente a de tentar estimular as mulheres a usar luvas e chapéu, como acontecia na capital:

Nos primeiros artigos eu falava sobre decotes. Depois dei inicio a uma campanha no jornal para as mulheres de Novo Hamburgo começarem a usar luvas, não só nos bailes, mas também na rua. Se andava de luva e bolsa em Porto Alegre, por que não podiam fazer o mesmo na missa das 10 e no cinema, por exemplo? Para minha surpresa logo apareceram as primeiras luvas aos domingos. Bolsas também começaram a aparecer, e aos poucos as mulheres foram abandonando aquele jeitão de interioranas -deixaram de vestir-se de qualquer jeito para andar pela cidade. (IDEM,p.186).

A coluna publicada no jornal A Hora tratava essencialmente sobre a moda de Paris e, quase sempre, acompanhava desenhos do próprio Rui, evidenciando sua capacidade de interpretar os estilos em voga. Neste espaço, assumia claramente um discurso de vanguarda, exaltando a novidade.



Figura 1: “ O moderno casaco para você”.¹⁰



Figura 2: “Chanel inspira quatro desenhos de Rui”¹¹

¹⁰ Jornal A Hora, 12 de maio de 1957

¹¹ Jornal A Hora, 7 de fevereiro de 1958

Fica claro também nesta publicação a atuação de Rui como “árbitro do bom gosto”. No verão de 1958, não hesita em usar um tom severo para inibir as mulheres a usarem jóias chamativas durante os meses quentes. No período do ano dedicado às férias e ao lazer, também as roupas deveriam apresentar maior despojamento e os brilhantes deveriam ser trocados por bijuterias¹²:

Você sabia que no veraneio é absolutamente ridículo apresentar-se com jóias de toaletes e que brilhantes, pedras preciosas, broches de ouro e brilhantes “cintilam” demais na praia ou na serra? Use conjuntos esportivos em fantasia. É nesta época do ano que você pode satisfazer o desejo íntimo de toda mulher de enfeitar-se com detalhes vistosos e de muito efeito. Para um vestido de esporte (porque os de toailete também não devem aparecer) nada mais bonito que uns brincos exagerados, pulseiras exóticas e grandes colares¹³

Conhecedor de atualidades do mundo da moda, quando se discutem os caminhos da *maison* Dior, após a morte de seu fundador, ao ser questionada a capacidade do jovem Yves Saint-Laurent, então apontado como seu sucessor natural, Rui também se expressa:

Em Paris os preparativos para o lançamento de Primavera e Verão europeu. Ms. Yves Saint-Laurent, o quase garoto de 21 anos indicado para substituir o grande Dior é o maior assunto das crônicas especializadas do mundo inteiro. Terá ele aptidões para substituir o velho e experiente Dior? Continuará a dar prestígio a casa que depende dele? Será ele o Rei da Moda? Tudo isto estará resolvido até o dia 31 de janeiro. Talvez ele com seus 21 anos prove mais uma vez que em modas, idades e experiência pouco tem importância, o que interessa é bom gosto e originalidade, criar coisas novas e não copiar, quer dizer se “enfeitar com penas de pavão”. O valor de um costureiro que seja homem ou mulher é de apresentar algo de seu, dentro da linha do momento, copiar é apenas ser costureiro, por melhor e mais caprichado que esteja o vestido.¹⁴

Ao justificar que, na moda, idade e experiência pouco têm importância, Rui incorpora a batalha de Yves Saint-Laurent a sua batalha, pois ambos são jovens buscando “provar” seu talento e competência. Mesmo em posições distintas -- Saint-Laurent deve garantir o prestígio da grande *maison* Dior,

¹² Em sua coluna “O que há de novo” de 10 de fevereiro de 1958, Rui volta a sugerir o uso de “colares compridos de fantasia”, coerentes às linhas despojadas que a moda francesa vinha sugerindo. A novidade ainda não era acessível às porto-alegrenses, mas poderia ser encontrada no Rio de Janeiro e em São Paulo (o que reforça o papel destas cidades como centros irradiadores de moda). Conforme Rui: “Infelizmente segundo nos consta em Porto Alegre ainda não chegaram esses toques de grande atualidade [...]. Procure, mande vir do Rio ou de São Paulo diversos colares compridos em diferentes cores e estilos, eles existem em todos os preços e materiais.”

¹³ Jornal A Hora, 9 de janeiro de 1958.

¹⁴ Jornal A Hora, 27 de janeiro de 1958.

atualizando a já conhecida fórmula, enquanto Rui busca o reconhecimento em um meio habituado às modistas madames --, a arma é a mesma: criar coisas novas.

Ao afirmar que “copiar é apenas ser costureiro”, coloca valor em sua capacidade de “apresentar algo de seu”, reforçado pelos anos de estudo em Paris, onde frequentou a mesma escola que o sucessor de Christian Dior..

Considerações Finais

Assim, como opina sobre o futuro da *maison* Dior, porque vivenciou a cultura de moda francesa, Rui mostra-se apto a exercer uma espécie de *poder*, cuja marca vai além da assinatura no traje: ele impõe-se através de suas declarações de intenção e de seus gostos. Reconhecidos os traços dos croquis e as opiniões, tanto quanto os modelos de chapéus e de vestidos, reforça-se um sistema de valores que lhe atribuem certa “aura mágica”.¹⁵

Na intenção de uma revolução no vestir, Rui culmina em possibilitar uma nova pedagogia do gosto, assumindo um papel “civilizador”:

eu acho que eu abri os olhos, eu falava coisas que as pessoas nunca tinham ouvido falar. Eu acabei com aquela história das modistas, das madames francesas. Eu comecei a desenhar roupa, quer dizer, a fazer uma alta-costura que nem existe no mundo, é um sob-medida, com nome de alta-costura, com modelos exclusivos. Eu revolucionei tudo. As golas dos meus tailleurs eram estreitas - as golas daqui eram largas, mas aquele senhor que veio de Paris disse que elas são estreitas... Esse veio de Paris, esse falar francês e o charme todo que eu conseguia atrair me deu muita força, me deu muito espaço.¹⁶

¹⁵ Por “aura mágica” compreendemos a união de idéias do filósofo Walter Benjamin e Pierre Bourdieu. Ao falar sobre a arte na era da reprodutibilidade técnica, Walter Benjamin, define aura como “uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja.” (2011,p.70). Esta aura seria composta pela autenticidade, ou seja, a “quintessência de tudo o que foi transmitido pela tradição, a partir de sua origem, desde sua duração material até o seu testemunho histórico” (IDEM,p.168), e também pela unicidade, relativa ao seu caráter de tradição e culto.

Para Bourdieu, o poder mágico ou simbólico é como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo, e deste modo, a ação sobre o mundo, poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, que dizer, ignorado como arbitrário. (BOURDIEU,2000,p.14)

¹⁶ Trecho da entrevista realizada com Rui Spohr em novembro de 2012.

Dessa forma, a “aura mágica” que persegue tanto os velhos e jovens costureiros franceses, quanto seus tradutores nos pampas, este conjunto seria formado pela autenticidade, unicidade, tradição e pelo poder de se produzir *raridade e reconhecimento*. Por mais próximo que pareça estar - seja no traço do artista, seja na etiqueta de vestido ou mesmo na saudação às declarações de intenção não perde sua característica de culto, porque cria certa ilusão de estar ao alcance.

O espaço feminino invadido por Rui, na capital gaúcha, transforma-o em ator subversivo em um campo que já contava com seus personagens hegemônicos. Munido de um *savoir-faire* conquistado em Paris, capital da moda, Rui irá, realmente, “abalar as estruturas” no que diz respeito ao *fazer moda local*.

Como “civilizador”, além de orientar o que julga adequado no vestir, Rui culmina em gerar para a moda local uma nova dimensão. A organização de sua estrutura de trabalho sugere uma nova noção de profissionalismo. Dessa forma, o poder distintivo de Rui não se limita aos salões ou às “madames”: ganha novas formas de visibilidade a partir da difusão de suas ideias, o que determina que as suas criações sejam, além de resultado de um processo artístico, em que entram em cena referências subjetivas, expressão de vínculo com uma “pedagogia do gosto”.

Referências:

BOURDIEU, Pierre. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. IN: BOURDIEU, Pierre DELSAUT, Yvette. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. São Paulo: Ed. Zouk, 2002.

_____. **Questions de sociologie**. Paris: Ed. Les éditions du minuit, 2011.

_____. A ilusão biográfica. IN: FERREIRA, Marieta de Moraes & AMADO, Janaína. **Usos e abusos da história oral**. p.183-191. 2.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

BENJAMIN, Walter. Paris, capitale du XIXe siècle. Paris: Ed. Éditions de L’Herne, 2007.

_____. **Magia e técnica, arte e política**. Ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras escolhidas. Volume I. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2011.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social, classe gênero e identidade das roupas**. Trad. Cristina Coimbra. São Paulo: Ed. Senac, 2009.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador**. Vol.1: Uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2011.

_____. **O processo civilizador**. Vol.2: Formação do Estado e civilização. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2011B.

JORNAL A HORA, Porto Alegre, 4 de junho de 1955.

_____, 9 de janeiro de 1958.

_____, 27 de janeiro de 1958.

_____, 16 de maio de 1958.

LIPOVETSKY, Gilles, **O Império do efêmero**. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Ed. Companhia de bolso, 2009.

MONTEIRO, Charles. **Porto Alegre e suas escritas**. Histórias e memórias da cidade. Porto Alegre: Ed. EDIPUCRS, 2005.

_____. Porto Alegre no século XX: crescimento urbano e mudanças sociais. IN: DORNELLES, Beatriz. (Org.). **Porto Alegre em destaque**. História e Cultura. Porto Alegre: Ed. EDIPUCRS, 2004.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Ed. Mercado Aberto, 1980.

PORTO ALEGRE, Achylles. **História Popular de Porto Alegre**. Porto Alegre: Ed. Globo, 1940.

RIBEIRO, Célia. **Zero Hora 30 anos de Moda. Salão de Alta-Costura**. Catálogo de exposição. Porto Alegre, 1994.

_____. Entrevista concedida a Renata Fratton Noronha em nove de novembro de 2012.

ROCHE, Daniel. **La culture des apparences**. Une histoire du vêtement. (XVIIe-XVIIIe siècle). Paris: Ed. Fayard, 1989.

SPOHR, Rui; VIEGAS-FARIA, Beatriz. **Memórias alinhavadas**. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997.

_____. Entrevista concedida a Renata Fratton Noronha em oito de novembro de 2012.

STEELE, Valerie, **Fifty years of fashion**. New Look to Now. New York: Ed. Yale University Press/New Haven and London, 1997.