

DE PARIS A PORTO ALEGRE, DE ROSE BERTIN A RUI SPOHR

FROM PARIS TO PORTO ALEGRE, FROM ROSE
BERTIN TO RUI SPOHR

Renata Fratton Noronha *

* Doutoranda em História. PUCRS.
Bolsista CNPq.
✉ ffratton@gmail.com

R e s u m o

A partir da trajetória de Rui Spohr, este artigo pretende investigar o sistema de alta-costura, seus atores, seu impacto e seus desdobramentos da difusão da moda. Parte de uma pesquisa bibliográfica de abordagem interdisciplinar considerando autores que refletem sobre a moda como fenômeno e abordam seus aspectos históricos, contemplando especialmente a chegada da moda ao Brasil. Desse modo, destacamos na trajetória de Rui Spohr seu pioneirismo local, em que atua como uma espécie de mediador.

P a l a v r a s - c h a v e: Alta-costura. Porto Alegre. Rui Spohr.

A b s t r a c t

Based on the trajectory of Rui Spohr, this article intends to investigate the high-fashion system, its actors, its impact and its consequences in the fashion spread. It is a bibliographic research in an interdisciplinary approach considering authors who reflect on fashion as a phenomenon and address its historical aspects, especially considering the arrival of fashion in Brazil. Thus, in the trajectory of Rui Spohr, we highlight his local pioneerism, in which he acts as a kind of mediator.

K e y w o r d s: High-fashion. Porto Alegre. Rui Spohr.

1 Alta-Costura: moda, civilidade e modernidade

É importante pontuar que, neste artigo, retomamos questões abordadas no estudo para a construção de nossa dissertação, inserida na linha de pesquisa Memória e Identidade, do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale.

A partir do sistema de alta-costura, nascido na França, compreendemos a trajetória de Rui Spohr – que partiu para Paris para estudar moda nos anos de 1950 – e sua atuação na cidade de Porto Alegre, a partir da qual acabou por inserir a moda produzida no Rio Grande do Sul no contexto nacional.

Voltando-nos para o cenário europeu que testemunha o nascimento da alta-costura, o romance *La Curée*, de Émile Zola, ilustra a importância de um novo personagem, o qual ganha força na Paris do Segundo Império: o costureiro:

Então, quando finalmente o grande Worms enfim recebeu Renée, Maxime entrou com ela no *cabinet*. Fora autorizado a falar duas ou três vezes enquanto o mestre era absorvido no espetáculo de sua cliente, como os especialistas do belo imaginam ter feito Leonardo da Vinci em frente à Mona Lisa. O mestre condescendeu em sorrir pela exatidão de suas observações. Ele colocou Renée em pé, em frente a um espelho que ia do teto ao chão, se recolheu com um franzir de sobrancelhas, enquanto a jovem senhora, muda, prendia sua respiração para que não se movesse. E, após alguns minutos, o mestre, como abalado por sua inspiração, pintava com gestos amplos a obra-prima que acabava de conceber, exclamou em palavras secas: - Vestido Montespán, em *faïlle* cinzento..., cauda desenhada, na frente *basque* arredondada...grandes laços de cetim cinza sobre os quadris..., enfim, avental franzido de tule cinza pérola, os franzidos separados por tiras de cetim cinza. [...]

Mas, em outras vezes, a inspiração era rebelde. O ilustre Worms a evocava em vão, concentrando suas faculdades em vão. Ele torturava suas sobrancelhas, ficava lívido, prendia entre as mãos sua pobre cabeça que ele balançava com desespero e, vencido, jogava-se em uma poltrona:

- Não, murmurava em voz dolente, não, não hoje... não é possível... Essas damas são intrusivas. A fonte secou. E acompanhava Renée até a porta repetindo:

- Não é possível, não é possível, venha outro dia... Eu não a *sinto* esta manhã (ZOLA, 2011, p. 412).¹

¹ Tradução da autora.

Na obra, que tem como pano de fundo a vida desregrada na Paris da segunda metade do século XIX, os personagens da trama acumulam fortuna no período em que a cidade se transforma em teatro da modernidade devido ao seu processo de transformação urbana promovido por Napoleão III e pelo Barão de Haussmann. A tensão do romance é estabelecida devido à relação semi-incestuosa entre Renée Beraud du Châtel e Maxime, filho de seu marido, Aristide Rougon. Na ilustração de Zola, para alcançar a elegância imperativa dos grandiosos e inúmeros bailes que aconteceram na cidade, as mulheres se acotovelavam nos salões de *monsieur* Worms.

Worms, sem dúvidas, é uma caricatura de Charles Worth, inglês radicado em Paris, que, no outono de 1857, revoluciona a forma de produção de produtos ligados à moda, modificando também a sua forma de comercialização, conhecida como alta-costura. Ao contrário de apenas executar modelos conforme as vontades de sua clientela, Worth apresenta propostas inéditas, preparadas com antecedência e que poderiam ser reproduzidas e adaptadas de acordo com as medidas das clientes, sem deixar de ser obra de seu gosto e de criatividade própria. Essa revolução no processo de criação faz com que Worth adote a mesma forma de trabalho de pintores, músicos e escritores, em cujo processo de profissionalização foi adotada uma dinâmica comercial burguesa aberta à criação artística (LIPOVESTKY, 2009; RUBIO, 2010).

A iniciativa de Worth corresponde à emancipação do costureiro em seu papel de simples artesão, ao se tornar um *artista* que deixa de ser subordinado à sua clientela, para “criar” modelos com base em sua própria subjetividade, os quais carregarão a marca da sua assinatura. Se a separação de artes e ofícios, no século XVIII insere a costura na última categoria, o surgimento da alta-costura determina que a moda aspire a ser reconhecida como arte, pelo menos no que diz respeito ao processo criativo de elaboração de novos produtos (SVENDSEN, 2010).

A moda não é universal, nem pertence a todas as épocas, tampouco a todas as civilizações. Afirmar-se que seu surgimento no Ocidente se dá no final do período medieval, em conexão com o desenvolvimento do comércio, com o florescimento das cidades e com a organização da vida nas cortes. Os fatores econômicos do período tiveram uma incidência direta – porém não definitiva – sobre o surgimento desse fenômeno. Será nessa época, também, que veremos a organização das corporações de ofícios consagradas ao vestuário e

aos acessórios, cujas regras e monopólios desempenharão um papel importante na produção de moda até a metade do século XIX (LIPOVETSKY, 2010; SOUZA, 2010; SVENDSEN, 2010).

No período que antecede a Revolução Francesa, o vestir esteve ligado à etiqueta e à posição social e, de acordo com Roche (2007, p. 68):

[...] os manuais de boas maneiras aceitaram a necessidade de respeitar as práticas, os tratados aconselharam a submissão moderada aos costumes. Cada um deveria parecer o que era, mas também podia parecer o que ambicionava ser.

² “Nenhuma pessoa, não importando o seu sexo, poderá forçar nenhum cidadão ou cidadã a se vestir de uma maneira particular, sob pena de ser considerado e tratado como suspeito e perseguido como perturbador da ordem pública; cada um é livre para portar uma indumentária particular ou adequá-la à maneira que lhe convier” (PERROT, 1981, p. 38).

Dessa forma, a nobreza, desde o século XV, lançou mão de inúmeros decretos, conhecidos como leis suntuárias, na tentativa de proteger a relação aparência/posição social.

A queda das leis suntuárias – com o Decreto de 29 de outubro de 1793² – liberta a sociedade, para que cada indivíduo vista as roupas mais convenientes ao seu sexo, ou seja, para que a moda deixe de ser uma questão de genealogia e para que o seu acesso passe a estar ligado ao consumo.

A moda do século XIX assinala as diferenças visuais do vestir feminino em relação ao vestuário masculino, o qual se torna mais sóbrio e simplificado. Contudo, durante o Antigo Regime, as roupas masculinas são tão luxuosas e ornamentadas quanto as femininas, demarcando visualmente a posição política e social da aristocracia. A partir da Revolução Francesa, com estabelecimento de uma “sociedade de classes” e com a igualdade política entre os homens, a distinção não mais será expressa pelos “[...] sinais exteriores da roupa, mas pelas qualidades pessoais de cada um [...]”³ (SOUZA, 2010, p. 80).

O estabelecimento da alta-costura veio ao encontro das necessidades da burguesia em ascensão de adotar novas formas de distinção. Assim, findas as leis suntuárias e os ditames das figuras da nobreza, o costureiro/artista constituiu-se também em uma espécie de “civilizador”³, que impõe novos códigos de distinção adequados aos novos valores e aos novos atores que se estabeleceram após a Revolução.

³ Para Flugel (1966), essa mudança no trajar masculino representa uma “grande renúncia”, pois “o homem abandonou sua reivindicação de ser considerado belo. Objetivou, assim, ser considerado somente útil. [...] Até aqui o homem tinha competido com a mulher no esplendor de suas vestes, residindo a única prerrogativa da mulher no *decolleté* e outras formas de exibição erótica do próprio corpo; desde então, a mulher deveria gozar o privilégio de ser a única possuidora da beleza e da magnificência, até mesmo no sentido puramente sartório” (FLUGEL, 1966, p. 100).

1.1 O Antes e o depois da Alta-Costura

O surgimento de uma imprensa especializada, no final do século XVIII, determinou que a moda passasse a ser propagada através de jornais a ela dedicados: publicações especializadas e frequentemente voltadas ao público feminino, que associavam texto e imagem, para apresentar regularmente as novidades, alterariam o conceito vigente de gosto e elegância (ROCHE, 2007).

Ainda no século XVIII, conforme Rubio (2010), a importância dada à aparência ensejou com que Paris conhecesse um novo grupo de profissionais, formado por comerciantes de moda que atuavam como uma comunidade independente em meio ao complexo panorama de artes e de ofícios da cidade. Encarregados da venda de elementos de caráter ornamental e de acessórios, como bordados e passamanarias, esses comerciantes ocupavam-se fundamentalmente da ornamentação das roupas através de tais acessórios, ou ainda da escolha de complementos adequados.

Nesse cenário, merece atenção a figura de Rose Bertin⁴, espécie de conselheira oficial de Maria Antonieta (última rainha da França), que, ao desempenhar importante papel na composição de novos códigos ligados à elegância e à aparência, realizava intervenções no modo de vestir da rainha, simbolizando, dessa forma, a complexidade da organização técnica e comercial da economia ligada ao vestuário durante o Antigo Regime.

O reconhecimento de Bertin representa a consolidação do trabalho da costureira/modista na tarefa de vestir as mulheres, atividade anteriormente reservada aos homens e à poderosa *corporation des tailleurs*.⁵ Rose Bertin e o “ministério de modas” de Maria Antonieta prefiguram o sistema de alta-costura estabelecido por Charles Worth, em que as distintas formas de parecer passam a ser associadas ao nome de um criador de moda.

Lipovestky (2010) observa a hegemonia da alta-costura como lançadora e legitimadora das tendências de moda num período que se inicia na segunda metade do século XIX, estendendo-se até 1960, o qual denomina “a moda de cem anos”.

Com a mudança dos códigos de distinção, a partir dos anos 1960, diante de valores de uma sociedade composta por uma juventude ansiosa na busca pelo novo, a alta-costura entra em declínio, e acaba por encontrar-se muito mais empenhada em celebrar a tradição e o luxo, através de uma imagem de distinção, alia-se ao *prêt-à-porter* transformando-o, de certa forma, em sua extensão luxuosa.⁶

⁴ Rose Bertin nasceu em um meio modesto, recebendo uma educação simples, mas suficiente para que soubesse ler, escrever e contar. Aos nove anos de idade, tornou-se aprendiz de costura de uma tia e tal formação a levou à casa de modas *Trait galant*, onde pôde estabelecer algumas relações com princesas e duquesas que foram indispensáveis à sua carreira. Em 1774, abriu sua própria boutique, a Grand Mongol, situada em endereço luxuoso e estratégico, para que intermediasse, com sucesso, o contato com fornecedores e clientes. Ao vestir a rainha, Rose Bertin não apenas executou os modelos conforme as vontades de sua mais nobre cliente, mas também sugeriu alterações, algo até então inédito, o que lhe permitiu experimentar certa liberdade (ORMEN, 2011, p. 21-23).

⁵ A *corporation des tailleurs* ou corporação dos alfaiates, segundo Roche (2007), gozava de uma reputação que fora consolidada ainda no século XVI, sendo responsável pelo total gerenciamento da produção de roupas, tanto para homens quanto para mulheres.

⁶ Em 1959, Pierre Cardin será o primeiro criador a abrir um departamento de roupas prontas para usar numa grande loja, o *Printemps*. É Yves Saint Laurent quem realmente promove o *prêt-à-porter*, quando, em 1966, inaugura a primeira loja *Yves Saint Laurent Rive Gauche*, onde oferece roupas produzidas em série, com criação distinta da Alta-Costura e não mais adaptada a ela (LIPOVETSKY, 2010).

2 A moda chega ao Brasil

No Brasil, a moda só aparece de maneira efetiva com a chegada da família real portuguesa em 1808. O ritmo do aparecimento de novidades passa a ser intenso, quando D. João determina a abertura dos portos, de modo que os produtos europeus possam ingressar em território nacional com mais facilidade e variedade, até que o país, finalmente, venha a se abrir ao mercado mundial. Junto com os produtos vinculados à moda e à aparência, também chegam ao país artesãos especializados, muitos deles franceses.

Assim, as relevantes mudanças ocorridas no espaço da cidade alteram também o estilo de vida de seus habitantes, sendo dessa forma que a moda entra em cena como um sinalizador de novas distinções.

As pesquisas da historiadora Rainho (2002) mostram que, até a instalação da corte em solo brasileiro, o Rio de Janeiro não oferece nem exige muitas variações em relação ao vestir, já que o comércio incipiente e a vida social quase inexistente deixam a moda fora das preocupações de seus habitantes. O trajar das famílias coloniais beira a negligência, e as mulheres, que raramente são vistas fora do ambiente doméstico, ao saírem, escondem todo o corpo sob uma grande capa: a mantilha.

O desacordo com o gosto vigente em relação à indumentária da boa sociedade local fica ainda mais evidente com a chegada da Corte e de seus nobres. Com a abertura dos portos, essa distância se reduz, pois a cidade passa a ser abastecida com os artigos habitualmente consumidos em Portugal. A cidade sofre um processo de europeização que transforma seus contornos e altera, de maneira profunda, os costumes da sociedade local: cuidados com a higiene, com as boas maneiras e com a distinção no vestir tornam-se a forma de aproximação dos modos europeus.

Esse florescimento, que será acompanhado de novas práticas de sociabilidade, irá se relacionar a certos espaços urbanos representativos dessas mudanças, como a Avenida Central e a Rua do Ouvidor, conforme ilustra o conto “O capítulo dos chapéus”, de Machado de Assis:

Chegaram à rua do Ouvidor. Era pouco mais do meio-dia. Muita gente, andando ou parada, o movimento do costume. Mariana sentiu-se um pouco atordoada, como sempre lhe acontecia. A uniformidade e a placidez, que eram o fundo do seu caráter e de sua vida, receberam daquela agitação os repeões do costume. Ela mal podia andar por entre os grupos,

menos ainda sabia onde fixasse os olhos, tal era a confusão das gentes, tal era a variedade das lojas. (ASSIS, 1884, s/p).

A Abolição da Escravatura e a Proclamação da República são acompanhadas pela grande reforma urbana idealizada e executada pelo então prefeito do Rio de Janeiro, Pereira Passos. No que se refere ao vestir, como observa Feijão (2011, p. 41):

[...] no momento em que mudanças consideravelmente abrangentes procuram lançar o Rio na modernidade, pode-se perceber que os trajes dos habitantes, especialmente daqueles mais diretamente envolvidos na reforma urbana, eram construídos a partir de ideias semelhantes às que guiaram o processo de transformação da cidade. Ideias de modernidade - que implicavam, entre muitas outras coisas, cosmopolitismo e velocidade - tiveram uma influência fundamental na composição da aparência pessoal da classe burguesa carioca a partir do entendimento que esta fazia de tais conceitos, relacionando-os, sempre, com os padrões adotados pela burguesia europeia.

Tanto no processo de adoção de novos modos, a partir da chegada da Corte, quanto no processo de modelação da cidade do Rio de Janeiro, jornais e revistas têm papel pedagógico relevante em relação ao agenciamento de usos e aos costumes.

Conforme aponta Rainho (2002), a partir de 1827, surgem os primeiros periódicos especializados em moda, publicando figurinos e promovendo o debate acerca de sua necessidade e importância. Além disso, outro discurso relacionado à moda figura nos manuais de etiqueta e de civilidade, os quais começam a ser editados no Brasil no início do século XIX, compondo-se por meio de adaptações de textos produzidos na França e na Inglaterra. Tais manuais organizam e propagam um conjunto de regras e de comportamentos a ser adotado pelas pessoas ditas civilizadas.

No momento em que a cidade busca a modernidade, conforme Feijão (2011), também se reforça o papel pedagógico e civilizador dessas publicações, voltadas, especialmente, ao público feminino:

Existia uma dimensão educativa e disciplinar neste jornalismo que parecia essencialmente frívolo. Ele carregava o ideário burguês que atingia desde as esferas públicas até

as experiências mais íntimas dos moradores da metrópole carioca. As diversas colunas que tratavam de moda e comportamento e as revistas totalmente dedicadas a esses assuntos, por se relacionarem diretamente com momentos de lazer, dificilmente encontravam barreiras à propagação de seus conceitos e preconceitos (FEIJÃO, 2011, p. 136).

Porém, a ideia de uma moda com características brasileiras só pode ser pensada a partir da década de 1930, por meio das transformações que marcam o período conhecido como Estado Novo. Acentuam-se, então, as discussões sobre cultura brasileira e identidade nacional como forma de se buscar a identificação de todos os membros da sociedade com uma origem comum⁷. Tais discussões culminam por serem norteadas pelo próprio Estado, que passará a fomentar políticas de legitimação da cultura popular, promovida através do rádio, da literatura, do teatro e do cinema. O objetivo é consolidar uma imagem através da qual os brasileiros possam se reconhecer, sendo calcada em elementos da cultura popular, que passa a ser percebida como cultura nacional (ORTIZ, 1998).

Voltando-se novamente às revistas ilustradas e ao seu papel pedagógico nesse período, pode-se afirmar que elas assumem função importante na difusão de padrões de consumo que vêm a favorecer o crescente hábito de cuidados com a beleza e o modo de vestir.

Para Braga e Prado (2011), o período pós-guerra será decisivo para o fortalecimento da indústria têxtil brasileira, abrindo-se caminho para a criação e para a promoção de uma moda feita no Brasil, embora os expoentes criadores ainda mantenham seus olhos voltados a Paris – que verá o apogeu da alta-costura simbolizado pelo *new look*, de Dior – em busca de inspiração. Chataigner (2010) comenta que, na época, as grandes casas de tecidos do Rio de Janeiro vendiam moldes de modelos franceses, que se constituíam em uma espécie de “cópia autorizada” dos modelos de sucesso das grandes *maisons*, das quais se mantinham as linhas, mas excluía-se a assinatura.

A moda produzida no Brasil passa a ganhar visibilidade a partir da década de 1960. Sustentados por grandes investimentos em publicidade realizados pela indústria têxtil, os costureiros nacionais firmam espaço para estabelecer a ideia de uma moda nacional (BRAGA; PRADO, 2011).

O grande palco dessa estratégia é, então, a Feira Nacional da Indústria Têxtil (FENIT), criada em 1958, em que têm lugar os grandes desfiles-show promovidos pela Rhodia S.A., a qual, para promover a sua produção de fios sintéticos,

⁷ Gilberto Freyre e Sérgio Buarque de Holanda, em suas respectivas obras, *Casa Grande e Senzala (1945)* e *Raízes do Brasil (1936)*, buscam discutir a dinâmica da formação da cultura brasileira, animando os debates sobre cultura e identidade nacional

organiza desfiles e editoriais de moda. Tais eventos contam com a colaboração de artistas plásticos e de costureiros locais, promovendo a moda produzida no país.

Apesar das tentativas de lançar coleções ou licenciamentos de *prêt-à-porter*, os costureiros brasileiros têm pouco sucesso na iniciativa de consolidar-se como marca de forte apelo comercial.

3 A moda chega a Porto Alegre

Porto Alegre, no extremo Sul do Brasil, é elevada a cidade no final do ano de 1822, após as festas de coroação de D. Pedro I. Nessa época, guarda ainda os traços de vila modesta, cuja população não ultrapassa os 12.000 habitantes. Longe da grandiosa Paris e do Rio de Janeiro – o qual se esforça cada vez mais para se tornar elegante –, Porto Alegre, ao final do século XIX, também se empenha em civilizar-se.

O Rio Grande do Sul torna-se o “celeiro do País”, abastecendo São Paulo e Rio de Janeiro com produtos oriundos de sua lavoura e também com os beneficiados pela indústria nascente – fortemente ligada ao processo de imigração europeia –, que produzia vinho, banha, cerveja e couro. Porto Alegre afirma-se como centro dessas operações financeiras, concentrando, em seu espaço, grande número de fábricas e de operários (PESAVENTO, 1994).

O crescimento da cidade vai transformando seus contornos: a preocupação com a arquitetura é acompanhada pelo desenvolvimento de uma cidade ideal. Assim,

[...] as ruas deveriam ser asseadas e lindas para nelas se exercitar o *footing* das famílias de respeito. O centro era o cartão de visitas da cidade e quem não tivesse educação, moral e higiene para nele habitar, que fosse instalar-se nos arrabaldes. (PESAVENTO, 1994, p. 139).

Porém, a grande reforma da cidade em busca de uma estética moderna só se dá na década de 1920, sob a gestão de Otávio Rocha: a cidade deixa para trás os seus contornos coloniais e os seus traços remodelados, criando-se um novo espaço de atuação social. Nesse cenário, o centro da cidade constitui-se como lugar ideal para *o acontecer* da vida urbana. Assim, a Rua da Praia, a mais antiga da cidade, além de local de passagem, de espaço de encontro e de troca, constitui-se uma vitrine imensa e viva, onde o ver e o dar-se a ver reforçam os códigos de distinção.

Nesse novo espaço urbano, revistas e jornais também são importantes agentes pedagógicos, tanto no que se refere à construção de uma nova imagem da cidade quanto no que diz respeito à etiqueta social. Assim, os periódicos *Madrugada*, *Máscara* e *Revista do Globo*⁸ representam um espaço interessante para se pensar a respeito do diálogo entre modernidade e tradição, o qual se estabelece em face desse contexto, contribuindo para a representação visual de novas formas urbanas modernas e, também, para as práticas sociais dos grupos privilegiados.

⁸ Conforme Ramos (2010), a revista *Madrugada* surgiu em 1926 e contou com apenas cinco exemplares. A publicação propunha-se a ser um veículo de modernização da literatura e das artes visuais no Rio Grande do Sul, firmando-se como o mais arrojado magazine do período no Estado. De acordo com Monteiro (2010), a revista *Máscara* circulou entre 1918 e 1928 e, assim como a *Madrugada*, ambas difundiram uma nova pedagogia social, cumprindo papel informativo e documental, bem como na construção de distinção e de prestígio das elites sociais, ao promoverem a consolidação de uma visão burguesa que valorizou o indivíduo e a sua elaboração de uma imagem prestigiosa e distintiva no espaço urbano. Já a *Revista do Globo*, editada quinzenalmente entre 1929 e 1967, “torna-se um veículo de comunicação influente na imprensa regional, com projeto gráfico e editorial arrojado para o período. Nos anos 50 a Revista do Globo disputava espaço com outras revistas de tiragem nacional como O Cruzeiro e Manchete” (MONTEIRO, 2010, p. 22).

Essa nova pedagogia social difundida pela imprensa ajuda a construir uma nova visão burguesa que valoriza o indivíduo e sua imagem de distinção no espaço urbano, representado pelo centro da cidade e por seus espaços (MONTEIRO, 2010). A crônica social, que passa a alcançar também as páginas dos jornais, as atualidades sobre o cinema ou os “assuntos femininos”, contribui para delinear o espaço por onde circula a boa sociedade, assim como seus valores e anseios.

Um breve olhar sobre os jornais e as revistas locais, em diferentes períodos, leva a perceber as transformações do discurso acerca da moda – intimamente ligada às boas maneiras – assim como acerca do seu papel pedagógico, que ora estabelece, ora reforça o gosto ou o gesto elegante que deverá ser imitado.

Entre os “conselheiros do bom gosto” dos “anos dourados”, está Rui Spohr, que inicia sua trajetória em Porto Alegre após um período de estudos na capital francesa, acompanhando a eufórica movimentação da moda nacional nesse período. A moda local de então está associada ao estilo elegante de Mary Steigleder. Chapeleira talentosa, Mary revela-se também como grande costureira, seguindo a corrente fórmula de cópia de modelos franceses. Para desbancar a hegemonia de madame Steigleder, Rui coloca em cena o que aprendeu durante o período em que viveu na capital francesa, assumindo a posição de criador de moda: “[...] eu abalei as estruturas dela, porque vim de Paris com a mentalidade de desenhar os vestidos que fazia” (SPOHR *apud* BRAGA; PRADO, 2011, p. 239).

Rui Spohr, devido à sua formação permeada por vivência na capital francesa, terá a atuação marcada por representar o papel de árbitro da elegância e do bom gosto. Rui (re)cria localmente espaços e técnicas que se mostram como uma extensão do *savoir-faire* francês, sendo, então, reconhecido por traduzir, em suas criações, as últimas tendências da moda internacional, sem deixar de lado um estilo que lhe é peculiar. Transforma-se em um reconhecido “conselheiro

do bom gosto”, cujo poder mágico ganha, ao longo de sua trajetória, espaço em rádio, jornal, fazendo reverberar suas visões do belo e da moda como marcos de elegância e de distinção.

4 De Rose Bertin a Rui Spohr

A sua autobiografia, escrita em conjunto com a tradutora e jornalista Beatriz Viegas-Farias, em 1997, associada a reportagens veiculadas em jornais e revistas, assim como dados coletados em conversas informais e em entrevistas, assim como consultas ao acervo de Rui Spohr, ajuda-nos a destacar relevantes episódios da vida e de sua trajetória.

Rui nasceu Flávio Spohr, no ano de 1929 em Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul. Criado em um ambiente em que prevaleciam o que chama de “verdades” germânicas, chegou a pensar que nasceu no lugar errado e na época errada, tal seu sentimento de estar à frente de seu tempo. A decisão de trabalhar com moda não foi algo simples: estreou como jornalista em um jornal local e, para tanto, decidiu mudar de nome para que não se criasse nenhuma celeuma familiar.

Rui tinha 22 anos e

“[...] tudo que sabia e tudo que interessava saber naquele momento resumia-se nisto: Paris era o centro da moda. O *new look* já fora criado por Christian Dior e, lançado em agosto de 1947, traduzia-se num sucesso estrondoso dentro da moda internacional.” (BRAGA; PRADO, 2011, p. 20.)

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, a aposta de Rui foi 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.

Nos anos 1970, Rui investiu na sua primeira linha *prêt-à-porter*, forma de tornar a *griffe* “acessível a todas”. A iniciativa reforça que Porto Alegre também vivia a expansão do setor de confecção no país, o que coincide com o processo de industrialização deste período. As iniciativas de Rui deixam claro seu papel

como mediador, intérprete das tendências internacionais traduzidas para o meio local. Nas últimas páginas de suas “Memórias”, expressa essa consciência ao apresentar as “suas verdades ao fazer moda”:

Criou-se o estilo Rui, a interpretação do internacional traduzido para o nosso meio. E teve sucesso porque as mesmas ideias quanto aos novos rumos da moda estavam latentes também aqui mais no sul. Tudo deveria ficar mais simples — abaixo com a ostentação, as rendas, as anáguas, as saias rodadas (SPOHR; VIEGAS-FARIA, 1997, p. 295).

Espécie de identidade têxtil da assinatura do criador, o estilo seria, conforme Simmel (2008), algo que, indo além do seu efeito material, “[...] reduz os conteúdos da vida e da criação individuais a uma forma partilhada por muitos e acessível a muitos.” (SIMMEL, 2008, p. 65).

Atualmente, arquivo particular do Rui Spohr, ocupa um espaço reservado dentro do casarão que abriga a *maison* na Rua Miguel Tostes. Cuidadosamente guardados e catalogados, documentos de suportes diversos testemunham sua trajetória: o primeiro croqui, um telegrama enviado à mãe ao embarcar no navio que o levou a Paris, fotografias de inúmeros desfiles, bailes de debutante e casamentos.

Tais registros podem ser considerados documentos de primeira mão, ou seja, ainda não receberam qualquer tipo de análise. Os arquivos são compostos por roupas, fotografias, recortes de jornais e revistas, revistas, vídeos, cadernos de clientes e demais registros como croquis, fichas técnicas de produtos desenvolvidos e catálogos de coleção. O bom estado de conservação dos documentos faz deste um acervo ímpar, cujo estudo traz à luz aspectos da sociabilidade da cidade de Porto Alegre através da moda e do vestir, além de ratificar a importância do trabalho de Rui Spohr também no cenário nacional.

5 Considerações Finais

A alta-costura, que faz de Paris a capital do século XIX, seu espaço e centro irradiador, reveste a moda do sentido de criação virtuosa e diferenciada, que se projetará para a Europa e para o mundo a partir da França. Com a queda das leis suntuárias e o desenvolvimento industrial, as roupas tornam-se os primeiros bens

de consumo disponíveis. Dessa forma, as criações de alta-costura configuram-se como estratégias de distinção ilustrativas do modo de vida das classes abastadas.

Assim, pode-se pensar na moda como meio de civilidade, em que o costureiro, transmutado em artista, transforma-se também em “civilizador”, impondo, através de suas criações, suas cores, suas formas e seus gestos, as articulações relacionadas à noção vigente de determinado gosto.

Com a tardia integração do Brasil ao mercado mundial, a moda ganha vulto no processo de europeização de usos e de costumes, o que acompanha as grandes reformas urbanas – que se iniciam na cidade do Rio de Janeiro –, alterando, de maneira profunda, a sociedade local. A busca pela constituição de uma “moda brasileira” acompanhará as discussões político-ideológicas que se estabelecem ainda na década de 1930 acerca da ideia da constituição de uma identidade nacional.

Apesar da euforia em torno das ideias desenvolvimentistas e do investimento publicitário destinado à indústria têxtil, já no final da década de 1950, o que se vê, ainda, é um grande esforço para imitar tendências internacionais. O surgimento da FENIT e as iniciativas da Rhodia trarão visibilidade à ideia de que, em relação à cultura brasileira, o que se institui nesse âmbito ancora-se através da “unidade na diversidade”. Apesar de empenhadas em construir uma imagem para a moda nacional, as ações de Livio Rangan se constroem em meio às diferenças que marcam a identidade cultural brasileira.

Sendo foco de nossa pesquisa 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.

Referências

ASSIS, Machado de. *O capítulo dos chapéus*. Rio de Janeiro: Garnier, 1884. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=1912>. Acesso em: 15 de nov. 2012.

BRAGA, João; PRADO, Luís André. *História da moda no Brasil: das influências às autorreferências*. São Paulo: Pyxis, 2011.

CHATAIGNER, Gilda. *História da moda no Brasil*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador: uma história dos costumes*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. v.1.

FEIJÃO, Rosane. *Moda e modernidade na Belle Époque carioca*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles, *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia de bolso, 2010.

MONTEIRO, Charles. *Porto Alegre e suas escritas. Histórias e memórias da cidade*. Porto Alegre: Ed. EDIPUCRS, 2010.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Ed. Mercado Aberto, 1984.

_____. *O imaginário da cidade*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1999.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. *A cidade e a moda*. Brasília: UNB, 2002.

ROCHE, Daniel. *La culture des apparences: une histoire du vêtement*. (XVIIe-XVIIIe siècle). Paris: Fayard, 2007.

RUBIO, Lourdes Cerilo. *La moda moderna: génesis de um arte nuevo*. Madrid: Siruela, 2010.

SIMMEL, Georg. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Texto e Grafia, 2008.

SOUZA, Gilda de Mello. *O espírito das roupas. A moda no século XIX*. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2010.

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

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

SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

ZOLA, Émile *La curée*. Paris: Hatier, 2011.