

PUCRS

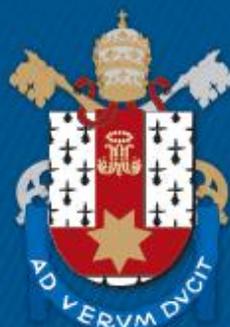
ESCOLA DE HUMANIDADES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA  
DOUTORADO EM HISTÓRIA

RENATA FRATTON NORONHA

**AS MEMÓRIAS ALINHAVADAS DE RUI SPOHR: MODA E DISTINÇÃO A PARTIR DE PORTO  
ALEGRE**

Porto Alegre  
2019

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica  
do Rio Grande do Sul

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE HUMANIDADES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA  
DOUTORADO EM HISTÓRIA**

**RENATA FRATTON NORONHA**

**AS MEMÓRIAS ALINHAVADAS DE RUI SPOHR: MODA E DISTINÇÃO A PARTIR DE  
PORTO ALEGRE**

**PORTO ALEGRE  
2019**

RENATA FRATTON NORONHA

**AS MEMÓRIAS ALINHAVADAS DE RUI SPOHR: MODA E DISTINÇÃO A PARTIR DE  
PORTO ALEGRE**

Tese apresentada como requisito para a  
obtenção do título de Doutor pelo  
Programa de Pós-Graduação em História  
da Escola de Humanidades da Pontifícia  
Universidade do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Charles Monteiro

PORTO ALEGRE  
2019

## Ficha Catalográfica

N852m Noronha, Renata Fratton

As memórias alinhavadas de Rui Spohr : moda e distinção a partir de Porto Alegre / Renata Fratton Noronha . – 2019.

269 f.

Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em História, PUCRS.

Orientador: Prof. Dr. Charles Monteiro.

1. historia da moda. 2. arquivos de moda. 3. moda no Brasil. 4. Rui Spohr. 5. autobiografia. I. Monteiro, Charles. II. Título.

RENATA FRATTON NORONHA

**AS MEMÓRIAS ALINHAVADAS DE RUI SPOHR: MODA E DISTINÇÃO A PARTIR DE  
PORTO ALEGRE**

Tese apresentada como requisito para a obtenção do título de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em História da Escola de Humanidades da Pontifícia Universidade do Rio Grande do Sul.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cláudia Schemes (FEEVALE)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Cristina Volpi Nacif (UFRJ)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Lúcia Bastos Kern (PUCRS)

---

Prof. Dr. Klaus P.K. Hilbert (PUCRS)

---

Prof. Dr. Charles Monteiro (PUCRS-Orientador)

PORTO ALEGRE  
2019



Rui Spohr. Ricardo Lage, 2015

Dedico este trabalho para a minha mãe, Rosane Fratton Noronha e para a minha avó, Luiza Fratton (*in memoriam*)

*Once, when I was a graduate student at Yale, a history professor asked me about my dissertation. "I'm writing about fashion," I said.*

*"That's interesting. Italian or German?"*

*It took me a couple of minutes, as thoughts of Armani flashed through my mind, but finally I realized what he meant. "Not fascism," I said. "Fashion. As in Paris."*

*Valerie Steele, The F-word*

## AGRADECIMENTOS

Esta pesquisa não teria sido possível sem o apoio do CNPq e, por isso, agradeço pelo período de concessão de bolsa de estudos.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em História da PUCRS, em especial aos professores Dra. Maria Lucia Bastos Kern e Dr. Charles Monteiro.

A professora Maria Lucia orientou conduziu esta pesquisa até a etapa de qualificação e, sem dúvidas, contribuiu para uma nova visão teórica e metodológica a respeito das imagens - e também da moda. O professor Charles, de maneira assertiva, conduziu este trabalho até a sua finalização. É um exemplo de professor e pesquisador comprometido, de olhar sensível e interdisciplinar.

Muito obrigada ao professor Dr. Klaus Hilbert pelos conhecimentos compartilhados (não tenho dúvidas que a Arqueologia é a Disneyland da História...) e por prontamente ter aceitado o convite para compor a banca de defesa da tese.

Muito obrigada às professoras Dra. Ângela Âncora, Dra. Marize Malta e Dra. Tatiana Martins pela recepção na Escola de Belas Artes na UFRJ. Agradeço também à professora Dra. Maria Cristina Volpi por ter me recebido em alguns encontros de seu grupo de estudos do NIO (Núcleo de Estudos da Imagem e do Objeto) e também por fazer parte da banca de defesa.

Agradeço à professora Dra. Maria Cláudia Bonadio pelas importantes considerações durante a banca de qualificação da tese.

Agradeço à professora Dra. Claudia Schemes, minha orientadora de mestrado que aceitou o convite para compor a banca de defesa da tese.

Rui e Dóris Spohr não hesitaram em compartilhar, de maneira irrestrita, suas histórias, seus registros e momentos de vida, sempre entusiasmados em fazer pela moda e através dela. Meu MUITO OBRIGADA com letras maiúsculas. Agradeço ainda à família de Rui e Dóris: Maria Paula Moro, Antônia Moro e Celso Dornelles. Agradeço também a Rejane Martins.

Agradeço a Ana Reckziegel pela atenção com o acervo e com o processo de digitalização dos documentos necessários a pesquisa, sempre atenta à conservação e suas especificidades.

Muito obrigada a Dona Gládis e demais funcionários de Rui, responsáveis pelo cuidado de seu acervo. Agradeço também a Débora Spolavori, do Centro de Pesquisa e Informação Zero Hora, pela atenção dispensada.

À Carla Carvalho, Henriët Shinohara e Luis Lima da Rosa. Agradeço ainda à equipe da FAMECOS pela digitalização de materiais necessários à pesquisa.

Muito obrigada aos alunos que se tornaram amigos e também contribuíram para a construção da tese: Diego Cavedon Dias, Vicky Lamberts, Silvia Barcellos e Gabriela Monasterio.

Foram inúmeros encontros e entrevistas que deram nova dimensão à pesquisa: ao amigo Eduardo Vanoni, Tânia Carvalho, Paulo Gasparotto, Raul Krebs, Viviane Gil, Madeleine Miller e ao amigo Antônio Rabadan meu muito obrigada. Agradeço ainda ao amigo Ricardo Lage e Jean Pierre Krauze pelas imagens.

Meu carinho aos colegas que coloriram esta trajetória: Paula Rafaela da Silva, Luciana de Oliveira, Lucas André Gasparotto, Eduardo Hass, Camila Ruskowski e Raphael Martins de Mello.

Às amigas do coração Juliana Bortholuzzi e Fernanda Carvalho Leite.

À amiga Raquel Chamis pela leitura atenta e cuidadosa – e pelo bom humor na reta final da tese (puro chiquismo!).

Agradeço ao Thercio Brasil pelo espaço de escuta.

Muito obrigada ao Johnny e Julie Café pelo melhor *cheecake* de frutas vermelhas de Porto Alegre.

Aos meus companheirinhos Grey e Gael.

E, por fim, agradeço à minha família pelo amor sem limites e pelo apoio em todas as minhas “invenções de moda”, desde sempre.

## RESUMO

O objetivo principal desta tese é compreender como o costureiro gaúcho Rui Spohr (1929-2019) construiu a sua imagem e seu espaço de atuação a partir de Porto Alegre- cidade onde vive e atua. O ponto de partida foram os discursos autobiográficos de Rui Spohr, associados a questões teóricas e metodológicas que permitem verificar o trabalho de enquadramento de sua memória assim como os diálogos que estabelece, especialmente em relação à moda internacional, e o campo onde atua. Rui iniciou suas atividades na moda em 1949, escrevendo para um jornal de sua cidade natal, Novo Hamburgo. Em 1952 partiu para Paris, em busca de formação e em 1955 se estabeleceu definitivamente em Porto Alegre, atuando inicialmente como chapeleiro. Além de chapeleiro e costureiro, Rui atuou como comunicador, o que corroborou sua imagem profissional e o colocou em uma posição de autoridade. Neste trabalho foi analisada sua produção para diferentes jornais nos anos 1950 e anos 1990. Tais textos acabam por revelar as ambições e aspirações da sociedade- e do tempo então vivido. Sua trajetória longeva, que extrapolou os limites regionais, pode ser considerada em relação a outros profissionais para assim dimensionar o campo da moda no Brasil. Ao longo de sua carreira -e auxiliado pela esposa, Doris Spohr- Rui construiu ainda um acervo de fontes diversificadas que dão conta de sua trajetória reforçando o enquadramento de sua memória. Finalmente, o estudo busca situar o lugar ocupado por Rui Spohr na história da moda do Brasil.

**Palavras-chave:** autobiografia; Rui Spohr; moda no Brasil; arquivos de moda; história da moda.

## RÉSUMÉ

L'objectif principal de cette thèse, c'est de comprendre comment Rui Spohr (1929-2019) a forgé son image de couturier au sud du Brésil, à Porto Alegre - ville où il vit et travaille jusqu'à nos jours. Le point de départ, c'est ses discours autobiographiques, associés à des questions théoriques et méthodologiques qui nous permettent de vérifier le travail d'encadrement de sa mémoire ainsi que les dialogues qu'il établit, en particulier par rapport à la mode internationale. Rui commence ses activités en 1949 en écrivant pour un journal de Novo Hamburgo, sa ville d'origine. En 1952, il part à Paris à la recherche d'une formation spécialisée dans la mode. En 1955, il s'installe définitivement à Porto Alegre, en travaillant d'abord comme chapelier et, ensuite, couturier. Rui a aussi joué le rôle de communicateur, ce qui a renforcé son image professionnelle et l'a placé dans une position de spécialiste au sujet de la mode. Dans cette recherche, sa production pour de différents journaux des années 50 et 90 a été analysée. Ces textes révèlent les ambitions et les aspirations de la société. Sa longue trajectoire dépasse les limites régionales et peut être envisagée par rapport à d'autres professionnels afin de faire évoluer le secteur de la mode au Brésil. Tout au long de sa carrière, assisté de son épouse, Doris Spohr, Rui a également constitué une collection privée comprise de différents documents qui témoignent également, sa trajectoire. Bref, cette étude cherche à identifier la place que Rui Spohr a occupé dans l'histoire de la mode brésilienne.

**Mots-clés :** autobiographie; Rui Spohr; mode brésilienne; archives de mode; histoire de la mode.

## Lista de Imagens

|                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1 - O retorno de Rui a Paris em texto de Célia Ribeiro,1957.....                  | 36  |
| Figura 2 - Fachada da maison Christian Dior. Paris, 1954. ....                           | 37  |
| Figura 3 - Fachada da maison Jacques Fath,. Paris, 1954.....                             | 38  |
| Figura 4 - Desenho de Yves Saint-Laurent para Dior. 1958.....                            | 49  |
| Figura 5 - Coluna "O que há de novo por Rui". Jornal A Hora,1958.....                    | 50  |
| Figura 6 - Yves Saint Laurent desenhando,1957. ....                                      | 51  |
| Figura 7 - Rui desenhando, 1958.....                                                     | 52  |
| Figura 8 - Rui e modelo. Schilleininger Jr,1958. ....                                    | 53  |
| Figura 9 - Yves Saint Laurent nu. Jeanloup Sieff,1971.....                               | 54  |
| Figura 10 - Rui nu. Roberto Axelrud, 1975. ....                                          | 55  |
| Figura 11 - Rui nu. Luiz Eduardo Achutti, 1995. ....                                     | 57  |
| Figura 12 - Mary Steigleder em frente ao seu retrato. Sem data. ....                     | 59  |
| Figura 13 - Rui e Doris Spohr. Registro de noivado feito por Schlleininger Jr.,1959..... | 69  |
| Figura 14 - Album de casamento de Rui e Doris Spohr. Schilleningen Jr. 1961.....         | 70  |
| Figura 15 - Rui e Doris Spohr. 1995. ....                                                | 71  |
| Figura 16 - Rui e Doris em série de Assis Hoffmann,1979. ....                            | 72  |
| Figura 17 - Desenho de Ruy, 1949.....                                                    | 74  |
| Figura 18 - "La lumière est tiède". Desenho feito em Paris, 1954. ....                   | 75  |
| Figura 19 - Desenhos de Rui para A Hora, 1957. ....                                      | 76  |
| Figura 20 - Desenho para o Correio do Povo, 1997. ....                                   | 77  |
| Figura 21 - Logotipo "rui" em Semana Magazine, 1959.....                                 | 78  |
| Figura 22 - Reportagem e desenho de Rui para o jornal A Hora, 1956.....                  | 89  |
| Figura 23 - Versões de Rui para Chanel, 1957.....                                        | 94  |
| Figura 24 - Elegantes vistas por Rui em Paris, 1957. ....                                | 97  |
| Figura 25 - Versão de Rui para Jean Patou. 1957.....                                     | 97  |
| Figura 26 - Rui entrevista Ibrahim Sued para o jornal A Hora, 1956.....                  | 105 |
| Figura 27 - "O que há de novo por Rui", Jornal A Hora,1956.....                          | 107 |
| Figura 28 - Rui apresenta a Sra. Elias (Loris) Bothomé.....                              | 110 |
| Figura 29 - Primeira coluna de Rio Spohr para o jornal Correio do Povo, 1996. ....       | 117 |
| Figura 30 - Rui Spohr por Raul Krebs, 1994.....                                          | 126 |
| Figura 31 - Elegantes vistas em evento social, 1957. ....                                | 130 |
| Figura 32 - Sugestões de Rui para o janta ou teatro, 1957. ....                          | 131 |
| Figura 33 - Desenhos de Rui para o Correio do Povo, 1998.....                            | 132 |
| Figura 34 - Os costureiros da Rhodia na Revista Manchete, 1964.....                      | 146 |
| Figura 35 - Costureiros da Rhodia, 1964. ....                                            | 147 |
| Figura 36 - Modelos de Rui na Revista Manchete, 1964.....                                | 150 |
| Figura 37 - Vestido em lamê com plumas de avestruz para a Rhodia, 1964. ....             | 151 |
| Figura 38 - Dener no casamento de Elis Regina, 1967. ....                                | 169 |
| Figura 39 - Comício de João Goulart na Central do Brasil,1964.....                       | 171 |
| Figura 40 - Visita Médici-Nixon, 1971.....                                               | 174 |
| Figura 41 - Visita Médici-Nixo, 1971.....                                                | 175 |
| Figura 42 - Retrato de Sculla Médici, 1972.....                                          | 176 |
| Figura 43 - Noivas em linha do tempo, 1982. ....                                         | 178 |

|                                                                                    |                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Figura 44 - Rui e modelos na Revista Vogue,1977. ....                              | 179                                  |
| Figura 45 - Ocimar Versolato em desfile para Lanvin. ....                          | 183                                  |
| Figura 46 - Doris e Rui Spohr com Neuza Canabarro, 1993 .....                      | 185                                  |
| Figura 47 - Desfile na Secretaria da Cultura, 1993. ....                           | 186                                  |
| Figura 48 - Catálogo da marca Rui. Fotografia de Raul Krebs, 1995. ....            | 192                                  |
| Figura 49 - Catálogo da marca Rui. Fotografia de Raul Krebs, 1995. ....            | 193                                  |
| Figura 50 - Catálogo da marca Rui. Fotografia de Raul Krebs, 1995. ....            | 193                                  |
| Figura 51 - Desenho do vestido de noiva de Ieda Maria Vargas, 1968. ....           | 211                                  |
| Figura 52 - Rui e Ieda Maria Vargas. Foto Nick, 1968.....                          | 212                                  |
| Figura 53 - Desenhos de Rui e Vitório Gheno, 1949. ....                            | 215                                  |
| Figura 54 - Nota fiscal Scylla Médici, 1971. ....                                  | 216                                  |
| Figura 55 - Primeiro desfile de Rui, 1949. ....                                    | 218                                  |
| Figura 56 - Coleção Cápsula Croquis. Ricardo Lage, 2015. ....                      | 224                                  |
| Figura 57 - Desenvolvimento de coleção inspirado em Rui. Melissa Assis, 2014. .... | 226                                  |
| Figura 58 - Modelo de Melissa Assis, 2014.....                                     | 226                                  |
| Figura 59 - Vestido usado por Célia Ribeiro, 2013. ....                            | 228                                  |
| Figura 60 - Rui Spohr e Madeleine Muller, 2000.....                                | <b>Erro! Indicador não definido.</b> |
| Figura 61 - "A viúva alegre". Jean Pierre Krauze, 2017. ....                       | 233                                  |

## SUMÁRIO

|                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| INTRODUÇÃO - A HISTÓRIA VISTA PELA MODA .....                                            | 13  |
| 1. DESENHANDO RUI SPOHR .....                                                            | 25  |
| 1.1 A biografia como fonte .....                                                         | 26  |
| 1.2 Alinhavando memórias.....                                                            | 30  |
| 1.3 Paris, um souvenir .....                                                             | 31  |
| 1.4 Fazer moda <i>comme il faut</i> : o primeiro brasileiro a estudar moda em Paris..... | 40  |
| 1.5 Yves Saint Laurent: uma referência.....                                              | 46  |
| 1.6 Mary Steigleder, a Madame Cuja Dita.....                                             | 58  |
| 1.7 Doris, a companheira de trabalho e de vida .....                                     | 64  |
| 1.8 Ruy, Rui, Rui Spohr .....                                                            | 72  |
| 1.9 Uma história de si, uma história para a moda .....                                   | 78  |
| 2. RUI, UM ESTILO NO JORNAL.....                                                         | 80  |
| 2.1 Os manuais de civilidade .....                                                       | 81  |
| 2.2 Antes do croqui, o texto .....                                                       | 84  |
| 2.3 Uma coluna no jornal <i>A Hora</i> .....                                             | 87  |
| 2.3.1 O (bom) gosto.....                                                                 | 90  |
| 2.3.2 Retorno a Paris .....                                                              | 93  |
| 2.3.3 A moda para as mulheres dos anos 50.....                                           | 99  |
| 2.4 A busca por um modelo e o papel de Ibrahim Sued .....                                | 103 |
| 2.5 Os Manuais de estilo dos anos 90 .....                                               | 111 |
| 2.6 Uma coluna no jornal <i>Correio do Povo</i> .....                                    | 114 |
| 2.6.1 "Invasão do <i>made in China</i> via Nova York e Miami" .....                      | 119 |
| 2.6.2 "É você quem decide, mas não soma muito após os 40." .....                         | 123 |
| 2.7 O desenho como grife .....                                                           | 128 |
| 2.8 Dois tempos, novas visões de elegância.....                                          | 132 |
| 3. RUI E A MODA DO BRASIL.....                                                           | 134 |
| 3.1 O Brasil pelo Ponto de Vista da Cultura .....                                        | 135 |
| 3.3 O Campo da Moda no Brasil .....                                                      | 153 |
| 3.4 O Fazer das Roupas: até onde um espaço feminino? .....                               | 156 |
| 3.5 A Invenção de uma Tradição Nacional .....                                            | 163 |
| 3.6 Um Possível Duelo entre Rui e Dener.....                                             | 167 |
| 3.7 Da moda feita no Brasil ao <i>made in Brazil</i> .....                               | 177 |

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.8 Versolato e a Noção de Brasilidade como Exotismo .....           | 182 |
| 3.9 Autoridade X Sucessão .....                                      | 188 |
| 4. Da Coleção ao Arquivo .....                                       | 197 |
| 4.1 Moda, Imagem e Memória .....                                     | 197 |
| 4.2 Os Acervos de Moda no Brasil .....                               | 202 |
| 4.3 A Importância do Arquivamento na Narrativa de Rui Spohr .....    | 205 |
| 4.4. A Coleção Iconográfica .....                                    | 210 |
| 4.5 Os Desfiles: registros de um ritual .....                        | 217 |
| 4.6 O Acervo como (auto)referência .....                             | 222 |
| 4.7 Um espaço para (outras) histórias .....                          | 227 |
| 4.8 Uma imagem mítica .....                                          | 230 |
| 4.9 O Instituto Rui Spohr .....                                      | 234 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS - O PAPEL DE RUI SPOHR NA MODA BRASILEIRA ..... | 235 |
| EPÍLOGO .....                                                        | 247 |
| SÍNTESE CRONOLÓGICA .....                                            | 254 |
| REFERENCIAS .....                                                    | 255 |

## INTRODUÇÃO - A HISTÓRIA VISTA PELA MODA

“Só os tolos não julgam pelas aparências” – a frase foi dita por um dos mais célebres de Oscar Wilde em *O retrato de Dorian Gray* (1890). Certamente fazia sentido na Inglaterra Vitoriana, onde o escritor viveu: gostos, modos e o gestual do corpo vestido estão inseridos em um contexto em que a moda é utilizada para demarcar espaços sociais. A afirmação ainda repercute.

Pensar em aparências não é pensar apenas na moda. Trata-se de um convite a compreendê-la inserida em um contexto cultural – e pensar sobre como desempenha um papel na construção social de identidades. A moda pode ser entendida como resultado de uma manifestação que torna visível não somente determinados gostos ou estilos, mas um conjunto de crenças e valores que funcionam como marcas distintivas – por meio das quais os sujeitos se relacionam. Elas não são estáveis porque, assim como a cultura, atuam com o tempo vivido.

A moda pode ser um ponto de partida para a compreensão da sociedade em diferentes tempos, pois é ligada ao coletivo, apesar de voltar-se se ao indivíduo. Relaciona-se, ainda, ao espaço urbano e está conectada a mudanças contínuas nas formas de vestir, regulando a vida em sociedade a partir de códigos e distinções que não são acessíveis a todos.

São diversas as formas de tratar esse fenômeno moderno.

Como observa Maria Cristina Volpi, a moda integra um sistema vestimentar formal e normativo, ligado ao estudo da indumentária. É compreendida como um fato antropológico, que pode estar ligado ao uso do vestuário em diferentes épocas, por diferentes povos. Afirma-se que seu surgimento no Ocidente se deu ao 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 sobre seu surgimento. Nessa época, também surgiram as corporações de ofícios consagradas ao vestuário e aos acessórios ligados ao vestir – cujas regras e os monopólios desempenhariam um papel importante na produção de moda até a metade do século XIX.

Ao traçar uma história cultural da moda, considerando o contexto econômico, Carlo Marco Belfanti observa que seu aparecimento como instituição social não se deu de maneira repentina: é fruto de um processo aparentemente lento, mas que, na realidade, representa uma espécie de soma de diversas fases, "mais ou menos longas, particularmente descontínuas, entrecortadas por períodos prolongados, espécie de metabolização das mudanças produzidas em momentos precedentes"<sup>1</sup>.

Para Susan Kaiser, a moda representa um processo de negociação que envolve um "tornar-se coletivo", materializando-se à medida que os corpos se movem no tempo e no espaço. É no tempo e no espaço que transitam os questionamentos de quem somos, quando e onde estamos, em um processo contínuo de negociação com ambiguidades e contradições<sup>2</sup>.

Finalmente, sob o ponto de vista da história cultural, o historiador francês Daniel Roche, ao definir o que chamará de cultura das aparências, aponta que a moda é um ponto de equilíbrio entre o individual e o coletivo, tratando-se de uma maneira a caracterizar a hierarquia social. Portanto, as formas de distinções na maneira de vestir seriam reveladoras da maneira como evoluem as relações sociais<sup>3</sup>.

Os estudos sobre moda são relativamente recentes: os pioneiros são marcados pelas transformações do século XIX quando, após a Revolução, o acesso às novidades se tornou mais acessível em função do desenvolvimento da indústria: o economista Thorstein Veblen analisa a estrutura econômica de sua época, enfatizando os usos e os costumes como elementos explicativos da atividade econômica, especialmente, das classes mais favorecidas.

Já para o sociólogo Georg Simmel a moda expressa o caráter de dualidade da natureza humana: o homem, imerso no todo social, dele tenta se diferenciar, libertar-se, isolar-se, porém não pode abandoná-lo. Sua teoria relaciona as mudanças da moda com um processo de imitação entre classes sociais em que os grupos sociais inferiores tentam adotar o gosto das elites. Segundo esse modelo, parte-se do pressuposto que a

---

<sup>1</sup> BELFATTI, Carlo Marco. *Histoire culturelle de la mode*. Paris. IFM/Editions du Régard, 2014, p.24.

<sup>2</sup> KAISER, Susan. *Fashion and Cultural Studies*. Berg. London-New York, 2012, p.1

<sup>3</sup> ROCHE, Daniel. *La culture des apparences*. Une histoire du vêtement. (XVIIe-XVIIIe siècle). Paris: Ed. Fayard, 1989.

moda é adotada pelas classes altas e, a partir disso, pelos grupos de status inferior. A moda desencadeia um processo de contágio social.

É Pierre Bourdieu, através de uma visão sociológica, quem mais liga a moda à distinção, compreendida como um estilo de vida. Seus escritos ajudam a nortear as reflexões que se apresentam no desenho desta tese. Para Bourdieu, a interpretação da moda encontra-se no âmbito do gosto cultural da luta de classes.

Somado à teoria de Pierre Bourdieu, está o conceito de civilidade, delimitado por Norbert Elias. Ao analisar a história dos costumes e a formação do Estado, demonstra que o desenvolvimento dos modos de conduta, ou seja, da “civilização dos costumes”, está estreitamente relacionado à organização das sociedades ocidentais. Ao se voltar às questões de etiqueta e de boas maneiras que regulamentam o comportamento da “boa sociedade”, Elias destaca mecanismos de distinção, controle do corpo e das emoções – ao serem corretamente empregados, eles garantem a “civilização” dos modos e a consequente manutenção de status ou de poder. Diz: “a civilização que estamos acostumados a considerar (...) aparentemente nos chega pronta e acabada, sem que perguntemos como viemos a possuí-la; é um processo ou parte de um processo em que nós mesmos estamos envolvidos.”<sup>4</sup>

A historiografia da moda e da indumentária no Brasil é recente. A tese de Gilda de Mello e Souza, intitulada *O espírito das roupas, moda no século XIX*, elaborada no Departamento de Ciências Sociais da USP, sob orientação de Roger Bastide, veio a público pela primeira vez em 1950, na Revista do Museu Paulista. À época, a moda não era objeto de estudos acadêmicos. O estudo, por isso, mostrou-se bastante original.<sup>5</sup>

Ao apresentar a tese transformada em livro, no final dos anos de 1980, Gilda de Mello e Souza constatou que o “o tema abordado, que talvez tenha parecido fútil a muita gente, assumiu com o passar do tempo uma atualidade inesperada<sup>6</sup>. Sua abordagem interdisciplinar levou em consideração conexões entre arte e moda, também entre corpo e moda, bem como a importância das roupas na constituição de

---

<sup>4</sup> ELIAS, Norbert. *O processo civilizador: uma história dos costumes*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2011, p. 70

<sup>5</sup> SIMIONI, Ana Paula Cavalcanti. *O Espírito das Roupas de Gilda de Mello e Souza*. Revista dObras, v.2, n.4, 2008, p.63-65.

<sup>6</sup> MELLO E SOUZA, Gilda. *O espírito das roupas. A moda no século dezanove*. São Paulo. Ed. Companhia das Letras, 2009, p.7

identidades de gênero<sup>7</sup>. Entre suas fontes, pranchas de moda, fotografias, ilustrações e trechos de romances e crônicas de Balzac, Proust e também José de Alencar e Machado de Assis. Ou seja, o século XIX visto por Gilda considerou as imitações de gosto e os arranjos visíveis naquilo que se vestia no Brasil.

Da mesma época são os ensaios de autoria do também sociólogo Gilberto Freyre, sob o título *Modos de Homem e Modas de Mulher (1986)*. Nos textos, Freyre, muito além de observar modismos, sugere uma moda “ecologicamente tropical”, fruto da “morenidade” brasileira.<sup>8</sup>

Parece curioso que ambas as obras, apesar de temporalmente distantes, foram escritas e publicadas em momentos de importantes transformações sociais e políticas no país. Lançar o olhar para o campo das aparências pode ter parecido uma saída fútil, mas quando a moda passa a ser compreendida como uma estrutura sensível às transformações culturais, a análise de suas camadas e tramas torna-se reveladora.

Apenas nos anos 1990 que moda ganhou um lugar na academia, com a constituição de programas de cursos superiores. Tornou-se também assunto de cursos de pós-graduação.

A organização do Colóquio de Moda<sup>9</sup>, congresso científico itinerante que se apresenta como espaço de intercâmbio entre estudantes, pesquisadores e profissionais, promove discussões interdisciplinares. A moda pode ser discutida sob o ponto de vista da história, da psicologia, da comunicação, do marketing e das artes plásticas, demonstrando como o hibridismo de áreas promove reflexões, questionamentos, integração e relações entre as várias formas de abordagem.

Ao apresentar um balanço sobre a produção historiográfica brasileira que tem a moda como objeto<sup>10</sup>, a historiadora Maria do Carmo Rainho visualizou um quando

---

<sup>7</sup> BONADIO, Maria Claudia. *Algumas anotações (e questões) sobre Gilda de Mello e Souza e a moda como objeto de estudo*. IN: Revista Prâksis, Feevale, v.1, 2017, p.5-20.

<sup>8</sup> A visão de Gilberto Freyre sobre o Brasil como civilização “ecologicamente tropical” relacionada à ideia de morenidade enfatiza a mestiçagem de pessoas, objetos e práticas sociais. Essa morenidade acompanharia os modos femininos das brasileiras, exprimindo o encontro de raças e de culturas nos seus corpos “ondulantes e sensuais” e, também, o seu gosto colorido e despojado.

<sup>9</sup> Em 2015 foi realizada na Universidade Positivo, em Curitiba, a 11ª edição do Colóquio de Moda, 8ª edição internacional que contou com mais de 1300 participantes. ([www.coloquiomoda.com.br](http://www.coloquiomoda.com.br))

<sup>10</sup> Nos referimos aqui a comunicação oral apresentada dura a 11ª edição do Colóquio de Moda. O artigo está disponível nos anais do evento.

profícuo a partir da publicação de dissertações de mestrado e teses de doutorado, bem como da criação de revistas e edições brasileiras de autores consagrados. A pesquisadora apontou cinco grandes eixos: 1) práticas vestimentares do século XVI ao XIX; 2) publicidade e comércio de roupas de moda; 3) pesquisas voltadas para o papel social da moda; 4) trabalhos que utilizam a fotografia para estudo da roupa e da moda e 5) pesquisas dedicadas à análise da imprensa especializada.

No levantamento apresentado, Rainho chama a atenção para a carência de pesquisas historiográficas que privilegiem a história da moda nacional e suas interfaces. A pesquisadora aponta ainda que a moda, a partir de uma abordagem histórica, também é vista sob a ótica de pesquisa em áreas como design, artes visuais, ciências sociais entre outros, chamando a atenção para o caráter interdisciplinar da moda como objeto de estudos – que, durante muito tempo, foi visto com falta de interesse pelos historiadores.

É nesse contexto que esta tese se insere, dando continuidade à pesquisa iniciada durante o Mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale.

Na dissertação, inserida na linha de pesquisa *Memória e Identidade* do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais, a moda serviu como ponto de partida para investigar as manifestações culturais nas representações de identidade, a partir de uma pesquisa interdisciplinar. Com um olhar lançado à trajetória de Rui Spohr como criador<sup>11</sup> de moda, foi possível realizar investigações, considerando-se, para tanto, questões que envolvem aspectos como identidade e pertencimento, tratados em face desse contexto específico e como resultado de processos sociais.

Sob o título *A identidade regional celebrada no vestir: Rui Spohr e a moda que vem do Sul (2013)*, o estudo teve como objetivo geral analisar a trajetória do criador – que é representativa da moda produzida no Rio Grande do Sul, sobretudo, na cidade

---

<sup>11</sup> Na dissertação, optou-se por denominar Rui como criador de moda, ou ainda costureiro, por ser essa a forma como eram conhecidos os profissionais dedicados à alta-costura até a década de 1960, quando o influxo do prêt-à-porter passou a exigir a participação ativa de estilistas, ou seja, de profissionais responsáveis pela harmonização de coleções produzidas industrialmente. Contemporaneamente, o termo em voga é designer de moda, o qual é representativo de uma formação acadêmica especializada, que se volta à abordagem interdisciplinar relacionada à criação, ao desenvolvimento e à distribuição de produtos de moda.

de Porto Alegre, a partir da década de 1950. Essa trajetória mostrou-se relacionada a valores que constituem a cultura local e a aspectos da identidade regional do Sul do país. A análise foi feita a partir de fotorreportagens veiculadas em revistas ilustradas de circulação nacional.

Porém, a longa trajetória de Rui, legitimada por sua atuação nos meios de comunicação – especialmente em jornais locais, nos quais foi colunista, e televisão — torna-se motivo para pensar a problemática de forma mais ampla. E instiga a estudar o papel de Rui como narrador da própria história, para quem o trabalho autoral e o acervo dele decorrente servem para consolidar uma imagem de si.

### *Por que Rui Spohr?*

A atuação de Rui Spohr foi longeva. Além de chapeleiro e costureiro, atuou em meios de comunicação, especialmente em jornais. Seu *début* profissional aconteceu justamente escrevendo textos para *A Gazeta de Novo Hamburgo*, em 1949. A vontade de trabalhar com moda o levou para Paris, onde foi aluno da escola da *Chambre Syndicale* e também da *Guerre-Lavigne* (atual Esmod). Ao longo da carreira, reforçou ter sido o primeiro brasileiro a estudar moda na capital francesa.

Em seu retorno, estabeleceu-se de maneira definitiva em Porto Alegre, atuando como chapeleiro e depois costureiro. Em ambas as atividades, contou com o auxílio da esposa, Doris Spohr, que foi sua primeira assistente.

Rui encerrou suas atividades em 2018 e veio a falecer em maio de 2019, dias após a defesa desta tese. Em um intervalo de quase sete décadas, testemunhou transformações sociais e culturais, sempre encontrando na moda um espaço de expressão. A partir de Porto Alegre, Rui virou referência, sendo reconhecido localmente e também no âmbito nacional. Nos últimos anos, também se tornou alvo de pesquisas acadêmicas.

Foi citado no trabalho de Aline Lopes Rochedo, que, em 2015, defendeu a dissertação *Do croqui à academia: a biografia cultural de um vestido*, no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Já a pesquisa de Lívia Accioly Menezes da Silva, realizada no PPG em Design

da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, e apresentada em 2014, investigou os uniformes como elemento de identidade das organizações. Os uniformes femininos da Brigada Militar, ponto de partida do estudo, foram desenhados por Rui.

Ainda Dóris Treptow, em 2002, em seu curso de especialização em moda, realizado na Universidade Estadual de Santa Catarina, explorou a marca Rui Spohr como *case* de criação e divulgação de moda<sup>12</sup>. Ana Carolina Girardi Raimundo, por sua vez, explorou o acervo de Rui Spohr ao elaborar seu trabalho de conclusão do curso de Arquivologia, na UFRGS, apresentado em 2012.

Por fim, o papel de Rui, aproximado ao de Christian Dior e sua relação com a alta-costura, foi abordado no trabalho de conclusão do curso de Design de Moda e tecnologia desenvolvido por Thisa Passini, na Universidade Feevale, em 2006.

Se a moda é um reflexo da cultura, a atividade de Rui reflete não apenas seus gostos, escolhas estéticas ou capacidade em promover arranjos criativos ou combinar tendências: ao ser aceito e reconhecido, acaba também por representar os valores do seu tempo, inseridos em uma dinâmica de distinção. Dessa forma, compreender a atuação de Rui é compreender a sociedade em que vive e com a qual se relaciona.

Em um momento inicial, o interesse da pesquisa se baseou no papel de Rui como comunicador de moda – lembrado por suas colunas no jornal *Correio do Povo*<sup>13</sup>. O retorno às páginas do jornal se deu no momento em que o costureiro vivia o apogeu de sua carreira e, ao mesmo tempo, atualizava sua primeira inserção na imprensa, ainda nos anos 1950.

Esses dois momentos, retomados, ajudam a delinear o campo da moda local, no qual Rui se insere, mas também dá indícios sobre a organização do campo da moda do Brasil, bem como suas transformações. É possível perceber ainda que, ao longo da carreira, Rui produziu uma série de discursos que acabaram por elaborar uma

---

<sup>12</sup> O estudo em questão serviu como base para a obra “Inventando moda”(2007), amplamente utilizado como referência em metodologia para o desenvolvimento de coleções de moda.

<sup>13</sup> Rui colaborou com o *Correio do Povo* entre 1996 e 2017. Ao longo da pesquisa, foram ouvidos uma série de relatos que mencionavam as colunas de Rui para o jornal, fazendo menção ainda ao seu desenho. A designer de moda Hélène Bihel, por exemplo, guarda um caderno onde, ainda na adolescência, catalogava reportagens sobre moda veiculadas em jornais e revistas. Os recortes com as colunas de Rui, segundo ela, foram guardados por seu interesse nos desenhos, passou a copiá-los para assim também desenhar moda.

narrativa que visava dar conta de sua história de vida. Tal narrativa ajuda a construir uma imagem que é constantemente atualizada.

Desta forma, a problematização central desta tese gira em torno da compreensão do papel que Rui Spohr ocupa no campo da moda brasileira.

Portanto, o objetivo geral da pesquisa é compreender como o costureiro construiu sua imagem e, ao longo de uma trajetória profissional, articulou estratégias para a manutenção de seu espaço local como “civilizador” – sem deixar de acompanhar as dinâmicas da moda internacional.

Os objetivos específicos da tese ajudam a responder à problematização e foram delimitados da seguinte forma:

- a) Entender como a imagem de Rui se construiu – e ainda se constrói – colaborando para o trabalho de enquadramento da memória do costureiro, com a qual ele dialoga;
- b) Analisar como a atuação de Rui no jornal corroborou sua imagem profissional, uma vez que, ao se colocar em uma posição de autoridade, construiu seu capital simbólico e revelou nos escritos as aspirações da sociedade;
- c) Relacionar a atuação de Rui ao campo da moda no Brasil, levando em conta também a trajetória de outros profissionais
- d) Perceber de que maneira o acervo de Rui Spohr está ligado ao trabalho de enquadramento de sua memória, contribuindo na consolidação de um discurso mítico.

#### *Os discursos autobiográficos e um acervo particular como fonte de pesquisa*

Para a elaboração desta tese, serviram como referência as abordagens de Alessandra Vaccari, professora associada da Università Luav di Venezia, e também do historiador Benito Bisso Schimidt, professor no Departamento de História na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

No âmbito da história e da teoria da moda, Vaccari defende que os discursos produzidos pelos designers de moda sejam utilizados como fonte de pesquisa.

Biografias e autobiografias, se reconhecidas de maneira crítica, podem ser fontes primárias: ajudam a compreender como esses profissionais escrevem e subscrevem uma história da moda para além de contar aspectos da própria vida.

No contexto das biografias, Schmidt buscou compreender o trabalho de enquadramento da memória da jornalista Gilda Marinho. Em suas pesquisas, analisou a construção do mito Gilda Marinho na memória de Porto Alegre e verificou como e por que determinadas facetas de sua biografia foram valorizadas, enquanto outras foram esquecidos e/ou silenciadas.

Assim, a autobiografia de Rui, *Memórias Alinhavadas*, escrita em parceria com Beatriz Viegas-Faria, em 1997, serviu como ponto de partida. Os fatos narrados e os marcos estabelecidos foram compreendidos junto a outras fontes, eventos e personagens, dimensionando o processo de construção da imagem de Rui Spohr – e dando conta dos objetivos estabelecidos para a pesquisa, privilegiando uma abordagem metodológica interdisciplinar.

O arcabouço teórico de Pierre Bourdieu é constantemente retomado. Isso acontece em função, especialmente, de suas definições a respeito das dinâmicas da distinção e de como elas acontecem no campo da moda. Bourdieu dedicou-se ao universo da moda especialmente nos textos *Haute couture et haute culture* (cuja primeira edição data de 1974), *Le couturier et sa griffe* (1975), escrito com Yvette Desault, e *La Distinction* (1979). O texto escrito com Desault chama a atenção para ideia de um “discurso de moda”, proferido pelos membros do campo (especialistas, costureiros, jornalistas) utilizado para qualificar seus produtos e criações e assim delimitar uma posição no campo. Tais discursos reforçam a importância da produção simbólica no âmbito da cultura<sup>14</sup>.

É preciso ressaltar ainda que o acesso irrestrito à coleção particular ou acervo de Rui Spohr foi essencial. Sob os cuidados de sua esposa, Doris Spohr, trata-se de um rico conjunto documental, dividido em quatro coleções: coleção objetos, coleção textual, coleção iconográfica e coleção têxtil. A coleção de objetos se constitui

---

<sup>14</sup> Ver ROCAMORA, Agnes. *Pierre Bourdieu and the field of fashion*. In: *Thinking through fashion: a guide to key theorists* Londres, IB Tauris, 2015.  
SIMIONI, Ana Paula. *Por que ler Pierre Bourdieu*. In: *Revista d'Obras*.v.2, n.3 (2008) p.18-21.

basicamente de materiais em metal, madeira e tecido. A coleção textual se constitui de documentos em suporte papel de diversas origens, como por exemplo, recortes de jornal, livros, cadernos, revistas, folders, folhas avulsas, pastas. A coleção iconográfica é composta basicamente por croquis em papel esboço com lápis grafite e pastel, além de fotografias em preto e branco, bem como coloridas – abrangendo o período que vai da década de 1940 até os dias atuais. Esta pesquisa está também colaborando para a digitalização do acervo, uma ação importante sob o ponto de vista da conservação e por facilitar o seu acesso a demais pesquisadores.

### *A organização da tese*

O primeiro capítulo, apoiado em Vaccari, Schimidt e no arcabouço teórico de Pierre Bourdieu, ampara-se também no texto da autobiografia de Rui cotejada a demais discursos autobiográficos produzidos por ele ao longo da carreira – que aparecem especialmente em entrevistas veiculadas na imprensa. Também outras entrevistas foram consideradas para a compreensão dos múltiplos papéis desempenhados por sua esposa, Doris. Foi ainda apresentado um conjunto de imagens fotográficas, em sua grande maioria oriundas do acervo.

No segundo capítulo, a atuação de Rui na imprensa foi enfatizada. Dois momentos de atuação de Rui no jornal ajudam a dimensionar sua carreira, por isso são retomados. Os textos escolhidos demonstram momentos diferentes do campo da moda, bem como modelos de feminilidade e noções de (bom) gosto e elegância.

Importante salientar que dados relatados em sua autobiografia referentes ao jornal *A Hora* acabaram não correspondendo aos documentos e fontes utilizados. Em seu livro, diz ter colaborado com o veículo entre 1956 e 1959; porém, comprovou-se que de fato atuou entre 1956 e 1958.

Das páginas de *A Hora* analisadas, houve ainda certa dificuldade com o material arquivado: no acervo de Rui, por vezes, não constava a data exata dos textos por se tratarem de recortes. Já o acervo do Museu da Comunicação Hipólito José da Costa apresenta lacunas na sua coleção do jornal, o que gerou algumas dificuldades.

Quanto ao jornal *Correio do Povo*, foram consideradas as páginas arquivadas no acervo de Rui e também as edições digitalizadas e disponíveis on-line. A base digital do jornal O Globo também foi consultada na construção do segundo capítulo.

No terceiro capítulo, com vistas a compreender Rui no campo da moda do Brasil, as ações publicitárias da empresa francesa Rhodia Têxtil serviram como ponto de partida. Além disso, a autobiografia de Rui foi cotejada à de Dener Pamplona Abreu. Para se entender a evolução do campo até os anos 1990, apogeu profissional de Rui, também se recorreu à autobiografia de Ocimar Versolato – que, ao se tornar o designer principal da Lanvin (1996-1997), marcou seu nome na história como o primeiro brasileiro a atuar na alta-costura francesa.

O apogeu de Rui é visto em relação ao início de sua carreira, uma vez que, ao longo de sua atuação, esses tempos são sobrepostos. No auge, o início é retomado como forma de delimitar visões, posições e também um capital simbólico.

O último capítulo visa a explorar a constituição do acervo pessoal de Rui Spohr, retomando algumas das coleções exploradas ao longo da pesquisa. O acervo torna-se um lugar de memória, espaço de aberturas e também de reforço de um discurso mítico que passa a se organizar acerca de Rui.

Em relação às imagens que acompanham o texto, não têm o objetivo de uma compreensão ilustrativa ou ainda de criar uma análise à parte. Trata-se de compreender sua potência, na linha do que sugere o filósofo Didi-Huberman: estar diante da imagem é como estar diante do tempo, diante do vão de uma porta aberta, onde o presente e o passado não cessam de se reconfigurar pois ela proporciona um encontro entre o tempo e a memória. Como observa, ainda, Maria do Carmo Rainho, “a imagem se articula tanto com outras imagens que lhe são contemporâneas quanto como aquelas que historicamente a precederam: na operação historiográfica, ultrapassam o tempo se sua produção e recepção.”<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> RAINHO, Maria do Carmo. *Moda e revolução nos anos 1960*. Rio de Janeiro. Ed. Contracapa, 2014.

Se a “memória tem mais presente e mais futuro que o ser que a olha”<sup>16</sup>, as imagens aqui apresentadas são encaradas como testemunhos definitivos de Rui, em diálogo com os padrões da cultura visual de sua época.

Finalmente, a pesquisa busca situar o lugar de Rui na história da moda do Brasil, a partir de seu campo de atuação, influências e referências bem como possibilidade e aberturas para outros estudos e abordagens.

---

<sup>16</sup> DIDI-HUBERMAN, Georges. *Diante do Tempo: história da arte e anacronismo das imagens*. Belo Horizonte. Ed. UFMG, 2015, p.16.

## 1. DESENHANDO RUI SPOHR

Em meio aos documentos que compõem o acervo do estilista Rui Spohr, mais de uma dezena de pastas guardam desenhos. A maioria deles esboça vestidos de noivas e de debutantes, confeccionados ao longo de sessenta anos de carreira. Nada mais simbólico, já que no universo da moda o desenho é o gesto que antecede a roupa. Misto de expressão criativa e ferramenta de comunicação, diminui as fronteiras entre o costureiro e o artista.

Um croqui é o primeiro traço visível de “um momento de graça, do instante íntimo, quase misterioso, do nascimento de um modelo”<sup>17</sup>. Mas, além de desenhar vestidos, Rui também desenhou a si mesmo: construiu, com cuidado, uma imagem de si através da qual se mostra e é reconhecido. Ao longo de sua carreira, promoveu um discurso mítico.

Perceber como essa imagem se construiu e ainda se constrói permite compreender como ela colabora para o enquadramento da memória do estilista, com a qual ele dialoga de maneira constante. Por isso, o objetivo deste capítulo é tratar dos marcos, episódios, protagonistas – e antagonistas – que acompanham o discurso.

A narrativa apresentada no livro autobiográfico de Rui, “*Memórias Alinhavadas*” lançado em 1997, é o ponto de partida. Comparando-o a entrevistas e registros, ajuda a compor um discurso acerca de si e de sua trajetória. Não foram considerados silêncios e esquecimentos, mas a noção de que cada vez que uma memória está relativamente constituída ela efetua um trabalho de manutenção, de coerência, de unidade, de continuidade – como sugere Michael Pollack<sup>18</sup>.

No arcabouço teórico, foram inicialmente consideradas as pesquisas desenvolvidas por Alessandra Vaccari – que propõe uma abordagem da história da moda a partir do material textual produzido por designers – e por Benito Bisso Schimidt – que reflete sobre o gênero biográfico e os mecanismos de enquadramento

---

<sup>17</sup> KORESKA-HARTMANN, Linda. *Leurs instant de création*. In: *Le dessin sous toutes les coutures*. Catálogo de exposição. Paris Musées, 1995. p.65.

<sup>18</sup> POLLAK, Michael. Memória e identidade social. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-215, jul. 1992. ISSN 2178-1494. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1941>>. Acesso em: 21 Fev. 2019.

da memória. O pensamento de Pierre Bourdieu, especialmente no que diz respeito ao conceito de campo, também merece ser ressaltado.

### 1.1 A biografia como fonte

Ao utilizar discursos autobiográficos de designers como ferramenta para a pesquisa histórica, Alessandra Vaccari se aproxima da socióloga Yunya Kawamura<sup>19</sup>, para quem os designers de moda têm forte participação no sistema da moda. Ainda que não sejam os únicos atores na produção e difusão de novos estilos, determinam status e reputação, além de desempenharem um papel importante na manutenção, reprodução e disseminação da moda. Como a literatura acadêmica é mais focada nos estilos do que na ação dos criadores em si, a autora propõe olhar a partir de uma organização social – e não estética. Compreender o sistema da moda, na visão dela, inclui compreender também o papel de quem produz.

Vaccari considera o designer como parte constitutiva da moda e se interroga sobre o seu papel na formação desse campo. Afirma que, embora a biografia seja um gênero exaltado do ponto de vista midiático, acaba desvalorizada no campo teórico: se na arte e na arquitetura os escritos dos artistas e arquitetos contribuíram ao aprofundamento de sua historiografia e literatura crítica, na moda o material textual produzido por designers é considerado promocional para suas carreiras, coleções e marcas. Ao superar essa diferença, Vaccari estimula o crescimento de um corpo teórico de conhecimento ao qual a história da moda pode se dedicar.

O uso de tais narrativas no campo do conhecimento histórico acadêmico, no entanto, requer prudência. Por um lado, como sugere Pierre Bourdieu, corre-se o risco de se cair na “ilusão biográfica”, ou seja, “a ideia de que a vida constitui um todo, um

---

<sup>19</sup> “*The fashion-ological analysis of designers is social organizational na not aesthetic. Fashion is not defined as something more special and the great work of genius. However, the works of designers are essential because the understanding of the social structure and organization of the fashion system includes designers role in the system na what they produce*”. KAWAMURA, Yunya. *Fashion-ology: a introduction to fashion studies*. Oxford-New York: Berg Publishers, 2005. Versão e-book.

conjunto coerente e orientado, que pode e deve ser apreendido como expressão unitária de uma ‘intenção’ subjetiva e objetiva de um projeto”.

A narrativa é construída a fim de dar coerência e linearidade às histórias de vida.<sup>20</sup> Philippe Artières, na mesma linha, considera a autobiografia como prática de arquivar a própria vida, ressaltando que “não só escolhemos alguns acontecimentos, como os ordenamos em uma narrativa; a escolha e a classificação dos acontecimentos determinam o sentido que desejamos dar às nossas vidas.”<sup>21</sup>

Por outro lado, se tomarmos a noção de Walter Benjamin, podemos considerar que “articular o passado não significa conhecê-lo ‘como ele de fato foi’. Significa apropriar-se de uma reminiscência, tal como ela relampeja no momento de perigo.”<sup>22</sup> Assim, seria possível pensar no abandono de uma linearidade cronológica e abrir espaço a diferentes temporalidades, afastando a “ilusão” de Bourdieu.

A solução para esse impasse vem de Alessandra Vaccari, que considera o “designer de moda mais do que um indivíduo de fato: a figura do designer serve como *tropo* da modernidade, através do qual os discursos sobre moda podem se desenvolver e difundir”<sup>23</sup>. Portanto as autobiografias, assim como os textos biográficos, podem – se reconhecidas de maneira crítica –, ser utilizadas como fontes primárias. Por meio delas, busca-se a compreensão de como esses profissionais escrevem e subscrevem uma história da moda, além de contar aspectos a própria vida.

A autobiografia de Rui, ao ser encarada como fonte de pesquisa, funciona como um lugar de memória onde a totalidade de sua história de vida encontra-se condensada. Lançada em 1997, “Memórias Alinhavadas” foi escrita em parceria com Beatriz Viegas-Faria e apresenta uma narrativa em primeira pessoa.

---

<sup>20</sup> BOURDIEU, Pierre. 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, p.185

<sup>21</sup> ARTIÈRES, Philippe. Arquivar a própria vida. *Revista Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, v. 11, n. 21, p. 9 – 34, jul. 1998. ISSN 2178 – 1494. Disponível em:

<<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2061/1200>>. Acesso em: 19 Fev. 2019.

<sup>22</sup> BENJAMIN, Walter. Sobre o conceito de História. In: BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas. Vol. 1*. Magia e técnica, arte e política. Ensaios sobre literatura e história da cultura. Trad. Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 2011, p. 224.

<sup>23</sup> VACCARI, Alessandra. Autobiografias de designers de moda como ferramenta para pesquisa histórica. *Modapalavra, E-periodico Dossiê História e Moda: múltiplas faces do saber histórico*. UDESC, ano 8, n.16, jul-dez 2015, p.8. Disponível em:

<<http://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/1982615x08162015005/4636>>. Acesso em: 22 Fev. 2019.

O livro conduz, inicialmente, à experiência de Rui como estudante em Paris, detalhes sua chegada, com duas malas em Montparnasse, no exíguo quarto de "*5ème étage, sans ascenseur*" onde morou, sua instalação definitiva em Porto Alegre e a construção de seu espaço profissional e, por fim, evoca fatos de sua infância. Foi em sua cidade natal, Novo Hamburgo, que começou a imaginar vestidos enquanto cortava couro na fábrica de sapatos do pai.

Existe ainda a preocupação de relatar episódios tidos como importantes ou ainda inusitados (como a influência da figura de Evita, então primeira-dama argentina e vestida por Dior), a participação nos desfiles promovidos pela Rhodia na década de 1960 ou ainda a história da noiva que dizia: "o meu véu vai cair!". Por vezes, Rui se preocupa em informar ao leitor, em tom pedagógico, sobre suas visões no papel de profissional da moda – o que chama de "a minha verdade" – assim como registrar desabafos e conselhos.

A autobiografia de Rui, ao aglutinar um discurso que já vinha sendo consolidado, delimita marcos e alude a "fatos de memória" – que, segundo Michel Pollak, são "expressões que remetem mais a noções de memória, ou seja, a percepções da realidade, do que à factualidade positivista subjacente a tais percepções"<sup>24</sup>. Esses fatos de memória passam a ser constantemente retomados, possibilitando um processo de enquadramento.

A memória enquadrada, ainda segundo Pollak, é mais específica do que a memória coletiva: não é construída de maneira arbitrária, produz um discurso organizado. Para Pollak, "o trabalho de enquadramento da memória se alimenta do material fornecido pela história. Esse material pode sem dúvida ser interpretado e combinado a um sem-número de referências associadas"<sup>25</sup>.

---

<sup>24</sup> POLLAK, Michael. Memória e identidade social. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-215, jul. 1992. ISSN 2178-1494. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1941>>. Acesso em: 21 Fev. 2019. p. 201.

<sup>25</sup> POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, jun. 1989. ISSN 2178-1494. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2278>>. Acesso em: 21 Fev. 2019.

Um exemplo desse processo vem do trabalho de Benito Bisso Schmidt. Em pesquisa sobre a jornalista Gilda Marinho<sup>26</sup>, o historiador aponta como se deu o enquadramento de sua memória. Para Schmidt, ela própria inferiu, com suas ações e discursos, nos marcos e referências que construíram e que ajudam a conservar a sua imagem e uma série de passagens anedóticas faz com que Gilda seja lembrada como mulher excepcional, à frente de seu tempo. Para o autor, “a cronologia da vida de Gilda só ganha densidade histórica quando se torna capaz de expressar muitos outros tempos, fenômenos cujas durações não podem ser medidas por esses sinais inequívocos, sempre iguais a si mesmo, que são as datas”.<sup>27</sup>

Ao desprender-se do tempo cronológico, a imagem de Gilda Marinho ganha força mítica, reatualiza-se em lugares de memória (artigos de jornais, livros, homenagens, celebrações) em uma “ação contínua e persistente de laboriosos guardiões da memória que, de tempos em tempos, lembrem por meio de diferentes suportes, narrativas e ações que Gilda era eterna”<sup>28</sup>

Em relação ao mito, Schmidt sugere observá-lo conforme Alessandro Portelli, considerando-se que:

[...] não é necessariamente uma história falsa ou inventada; é, isso sim, uma história que se torna significativa na medida em que amplia o significado de um acontecimento individual (factual ou não), transformando-o na formalização, simbólica e narrativa das auto-representações partilhadas por uma cultura.<sup>29</sup>

A ampliação dos significados de eventos isolados ajuda a compor uma percepção de realidade, que se sobrepõe aos fatos em si. No caso de Rui, o trabalho de enquadramento se dá em função da imagem de um profissional emblemático, referência na moda feita no (e para) o sul do Brasil.

---

<sup>26</sup> Algumas questões sobre a trajetória de Gilda, especialmente quando da sua atuação no jornal A Hora, estão mencionadas no capítulo III.

<sup>27</sup> SCHIMIDT, Benito Bisso. Os muitos tempos de Gilda: sobre biografias e extratos do tempo. In: *Estudos da Historiografia Brasileira*. Rio de Janeiro, ed. FGV, 2011. P.323-333 p. 328

<sup>28</sup> SCHIMIDT, Benito Bisso. Os muitos tempos de Gilda: sobre biografias e extratos do tempo. In: *Estudos da Historiografia Brasileira*. Rio de Janeiro, ed. FGV, 2011. P.323-333, p.330

<sup>29</sup> PORTELLI, Alessandro. O massacre de Civitella Val de Chiana. In: FERREIRA, Marieta de Moraes e AMADO, Janáina (orgs.). *Usos & abusos da história oral*. 1a edição 1996. Rio de Janeiro: FGV, 2001, p. 123.

Por isso, é necessário compreender esse processo— considerando-se marcos, fatos e suas atualizações—pois ele alicerça a construção de uma narrativa que, ao dar conta da trajetória de Rui, acaba também por consolidar uma imagem de si.

## 1.2 Alinhavando memórias

Se o objetivo fosse transformar a vida de Rui Spohr em um verbete, pontuando datas e eventos importantes conforme uma ordem cronológica, isso poderia ser feito da seguinte forma: batizado como Flávio Spohr, nasceu na cidade de Novo Hamburgo, em 1929. No final dos anos 1940, passou a assinar uma coluna sobre moda na *Gazeta de Novo Hamburgo*. Em 1949, apresentou o seu primeiro desfile em um baile local da União dos Estudantes.

Em 1952, após a morte do pai, partiu para Paris onde estudou nas escolas da *Chambre Syndicale de la Haute Couture* e *Guerre-Lavigne* (atual Esmod). Retornou ao Brasil em 1956 e instalou-se em Porto Alegre. Entre 1957 e 1958 manteve a coluna “O que há de novo” no jornal A Hora. Em 1960, casou-se com Doris Uhrl, então sua assistente. Entre os anos de 1962 e 1964, integrou o time de costureiros da Rhodia Têxtil em seu conjunto de ações publicitárias que buscavam promover a cultura nacional, associando a sua produção à criação de uma moda brasileira.

Nos anos 1970, inaugurou loja própria na Rua Miguel Tostes, misto de boutique e atelier onde passou a oferecer *prêt-à-porter* com sua assinatura, além das roupas sob medida. No final da década de 1980, passou a trabalhar como professor em um curso de estilismo, voltado para o setor coureiro-calçadista.

No início dos anos 1990, comemorou quarenta anos de carreira com uma exposição fotográfica e comandou desfiles-show abertos ao público. Em 1997, lançou sua autobiografia “*Memórias Alinhavadas*”, escrita com Beatriz Viegas-Faria. Retornou a colaborar com o jornal, desta vez com uma coluna dominical Correio do Povo – que se manteve ativa até meados de 2017.

A partir dos anos 2000, seu trabalho passou a figurar em mostras e exposições, tornando-se alvo de pesquisas acadêmicas e homenagens: os testemunhos de sua

carreira passam a sobrepor sua ação contemporânea e o transformam em referência. Em 2015, lançou uma coleção-cápsula e um livro para colorir, que retomam seu passado e sua imagem de sucesso. Em 2017 deu fim às atividades da alta-costura e, em 2018, a loja da Rua Miguel Tostes foi fechada, encerrando sua carreira de maneira definitiva.

Com base nas abordagens de Alessandra Vaccari e Benito Bisso Shimidt, é possível identificar ao longo da carreira do estilista uma série de marcos e eventos que ora colaboram para a compreensão do tempo em que Rui vive – sob a perspectiva do campo da moda –, ora corroboram para a formação de uma imagem em constante atualização.

Nos discursos de Rui, a formação e vivência em Paris assim como a influência da moda francesa são constantemente retomadas, assim como a sua postura mediadora em relação à moda e suas tendências. A onipresença da esposa Doris Spohr na construção de sua carreira também é algo definitivo. Há ainda a busca por referências e modelos, que são estéticos e também de comportamento.

Retomados e encarados de maneira aprofundada, esses marcos, eventos e referências falam não apenas sobre Rui, mas sobre sistema de moda em que está inserido e na forma como dialoga com ele – o que determina o seu posicionamento.

Tais questões podem ser tratadas por meio de um trabalho de comparações entre trechos da autobiografia de Rui, reportagens da imprensa e imagens de arquivo, que dimensionam a permanência de alguns discursos – bem como a forma como são atualizados – o que contribui para a criação de uma expressão mítica.

### **1.3 Paris, um souvenir**

*Souvenir* é um termo utilizado para se referir aos objetos característicos de determinado local que, geralmente, são vendidos a turistas como uma lembrança da viagem ou da visita. A palavra francesa também ajuda a designar um evento ocorrido no passado, uma reminiscência. É nesse sentido, o da recordação cuja existência é

prolongada, com interesse em conservar o que foi vivido, que os discursos de Rui remetem à capital francesa.

Quando se trata de Paris, a voz de Rui é representativa tanto daquele “que viaja e tem muito a contar” quanto de quem está ligado ao conhecimento das próprias histórias, apto a dar continuidade a uma tradição, como sugere Walter Benjamin.<sup>30</sup> Em seu livro, ao rememorar a travessia atlântica a bordo do navio Julio Cesar rumo ao porto de Cannes, Rui diz: “tudo o que eu sabia e tudo o que me interessava saber naquele momento resumia-se a isso: 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 escandaloso dentro da moda internacional”.<sup>31</sup>

Existem aqui dois pontos a serem elucidados: a hegemonia de Paris em relação à moda e o sucesso de Christian Dior no pós-guerra. Ao mesmo tempo em que retoma o imaginário da capital francesa, Dior e o sucesso de um estilo praticamente hegemônico – em função de sua abrangência – funciona como uma referência profissional, que justifica a formação na escola da alta-costura.

De acordo com Valerie Steele, para se compreender por que Paris é considerada a capital da moda é preciso ir além da figura do costureiro, com seus aspectos de genialidade criativa e a “ditadura” de um estilo. Mais interessante observar a moda em relação à cultura ou, ainda, compreender que a cultura de moda envolve novos papéis sociais, formas de comunicação, valores e atitudes.

Como observa Steele, a moda não é uma invenção francesa: seu movimento começa na Itália, associado ao desenvolvimento das cidades. Milão, Florença e Veneza foram os primeiros centros irradiadores de moda durante o período do Renascimento. Posteriormente, passa-se às influências espanholas e ainda holandesas, demonstrando que as flutuações do gosto associam-se a territórios e a questões religiosas e culturais, que ganham novos espaços através de conquistas políticas e econômicas.<sup>32</sup>

A emergência de uma moda francesa passa pela corte de Versalhes e pela figura de Louis XIV, o rei que, diferente de seus antecessores (que apareciam como

---

<sup>30</sup> BENJAMIN, Walter. O narrador. In: *Obras Escolhidas*, magia e técnica, arte e política. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. Ed. Brasiliense, São Paulo, 2011 p.167-221.

<sup>31</sup> SPOHR, Rui. Viegas-Faria, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre, Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.20

<sup>32</sup> STEELE, Valerie. *Paris Fashion*. Oxford-New York, Berg, 2006.

guerreiros), decidiu apresentar-se ao mundo como o soberano de uma corte magnífica: uma figura de poder cuidadosamente construída. Na visão de Peter Burke<sup>33</sup>, Louis XIV gerenciou formas de manipulação simbólica do poder, onde a etiqueta e seus rituais se tornaram fundamentais na fabricação de uma imagem pública.

Ao cerimonial associa-se também o vestuário: como observa Philippe Perrot, a maneira de vestir do Antigo Regime classificava seu portador de acordo com uma ordem rigorosa, onde o uso de determinadas cores e formas se dava de maneira restrita. As leis suntuárias – ou *ordonnances vestimentaires* – funcionavam como instrumentos de regulação política, social e econômica, assegurando à nobreza a exclusividade do vestuário luxuoso, que a distinguiu dos demais grupos. Ainda segundo Perrot, durante o reinado de Louis XIV, o vestir era minuciosamente regulado: a condição social, a estação do ano e a ocasião podiam determinar desde a largura e tipo de enfeites ao formato e material dos botões. As competições e rivalidades se evidenciavam no vestir da sociedade de corte, uma vez que a frase “o parecer condiciona o ser”<sup>34</sup> era tida como verdade. Configurando-se em um desafio proposto entre e para os seus membros, o vestuário acabava por servir como força afirmativa ao poder absoluto do rei.

O surgimento de uma imprensa especializada, no final do século XVIII, e a difusão de novos estilos ajudou a consolidar uma cultura visual ligada à moda. Como espécie de estratégia publicitária, tais meios de divulgação funcionam como uma forma de compreender a aspiração e os desejos dos sujeitos de estarem na moda, assim como servem como registro do período que abrangem.<sup>35</sup>

Com a Revolução Francesa, Paris voltou a ser centro não apenas de questões políticas e administrativas, mas da cultura da França. Na sociedade que emerge após esse evento não há mais ordem e sim direito no que diz respeito às escolhas do vestir: a encenação social exige não apenas o domínio do corpo no controle de modos e

---

<sup>33</sup> BURKE, Peter. *A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV*. Trad Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro : Ed. Jorge Zahar editor, 1994.

<sup>34</sup> PERROT, Philippe. *Les dessus et les dessous de la bourgeoisie*. Paris: Ed. Fayard, 1981. p.33.

<sup>35</sup> CALZA, Marlon Uliana. A identidade visual no projeto gráfico das revistas de moda. *Tese (Doutorado em Comunicação e Informação)* - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

gestos, mas uma espécie de pedagogia relativa ao decoro e à etiqueta. “O que vestir” e “como vestir” se tornam traços distintivos visíveis.<sup>36</sup>

Ligada à figura de Charles Worth, a alta-costura, surgida no século XIX atendendo às necessidades de uma burguesia em ascensão, simboliza a emancipação do costureiro de seu papel de simples artesão. Ao tornar-se um artista, deixa de ser subordinado à clientela para “criar” modelos com base em sua própria subjetividade, marcando-os com sua assinatura. Se a separação entre as artes e os 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.<sup>37</sup>

A partir de Worth, a imagem de Paris como capital da moda vai se consolidando através da sobreposição de discursos propagados especialmente pela imprensa. A promoção do *goût parisien* ou de um *esprit* reforçam a ideia mítica da cidade que ultrapassa seus contornos geográficos. Porém, como sugere Agnès Rocamora, a Paris imaginada não é menos real que a Paris de fato: é espaço onde se arquitetam conceitos, onde o simbólico incorpora-se à prática, que faz da experiência a junção entre aquilo que é imaginado e que é vivido.<sup>38</sup>

O *new look* de Christian Dior, lançado em 1947, funciona como uma espécie de representação visual do renascimento da alta-costura no pós-guerra: “a conquista do mundo, ao mesmo tempo em que se presta a adaptações múltiplas”. Como observa Dominique Veillon, durante o período da Ocupação (1940-1944) a França foi da abundância à escassez, e o racionamento de têxteis abalou a reputação de Paris como capital da elegância. Para continuar produção, os ateliês precisaram adaptar-se às circunstâncias a que foram forçados: “o número de modelos, as metragens, os materiais, a própria forma dos vestidos, tudo é revisto para levar em conta imperativos impostos pelos alemães”.<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> PERROT, Phillipe. Op,cit

<sup>37</sup> SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2010.

<sup>38</sup> ROCAMORA, Agnes. *Fashioning the city*. Paris, fashion and the media. IB Tauris, 2009 versão e-book.

<sup>39</sup> VEILLON, Dominique. *Moda e Guerra: um retrato da França Ocupada*. Rio de Janeiro, ed. Zahar, 2004 p.17

Financiado pelo industrial Marcel Boussac – em um período em que a população ainda recorria a *tickets* em função do racionamento de alimentos e tecidos –, os modelos de Dior, de saias amplas e alongadas, logo fizeram sucesso junto à clientela internacional, com ampla difusão da imprensa especializada. Um fator importante se deu em função do mercado norte-americano, que batizou, nas páginas da revista Vogue, a nova silhueta como *new look*.<sup>40</sup>

A comoção em torno do estilo neo-vitoriano fez com que revistas norte-americanas publicassem guias sobre “como comprar um Dior autêntico”, estimulando a experiência da alta-costura da escolha do modelo às provas de roupa. Também o turismo, após as dificuldades da guerra, retomou fôlego: Paris volta a ocupar o posto de capital do luxo e da elegância.<sup>41</sup> Nesse contexto, o costureiro adotou uma estratégia comercial de difusão internacional, abrindo filiais em Nova York, Londres e Buenos Aires.<sup>42</sup>

O sucesso de Christian Dior, além de símbolo de, atualiza o imaginário que relaciona a moda e Paris como insígnia de atualidade e elegância. Celebrado pela imprensa internacional, o estilo de Dior se tornou uma referência. Ele retoma o espaço do costureiro-ditador (tal qual Charles Worth) em torno do qual a moda organizará seu ciclo, como ele próprio sugere:

Do costureiro, ela ganha as boutiques e depois as confecções. Dali, ela invade as vitrines e as ruas. Imprensa, rádio, cinema e televisão se encarregam de acelerar a sua trajetória. Em alguns meses, a grande migração da moda está feita. Então, cada mulher, conforme os seus meios, se *acomoda* ou, se preferirem, entra na moda.<sup>43</sup>

Christian Dior acaba por representar toda uma geração de costureiros que se destacou no período pós-guerra que inclui nomes como, Cristobal Balenciaga, Jacques Fath, Jean Dessés, Pierre Balmain e Hubert de Givenchy.

Apesar da importância de Paris para Rui, em mais de 60 anos de carreira, praticamente não há imagens suas em Paris, apesar dos diversos retornos à França ao

---

<sup>40</sup> VEILLON, Dominique. Op,cit

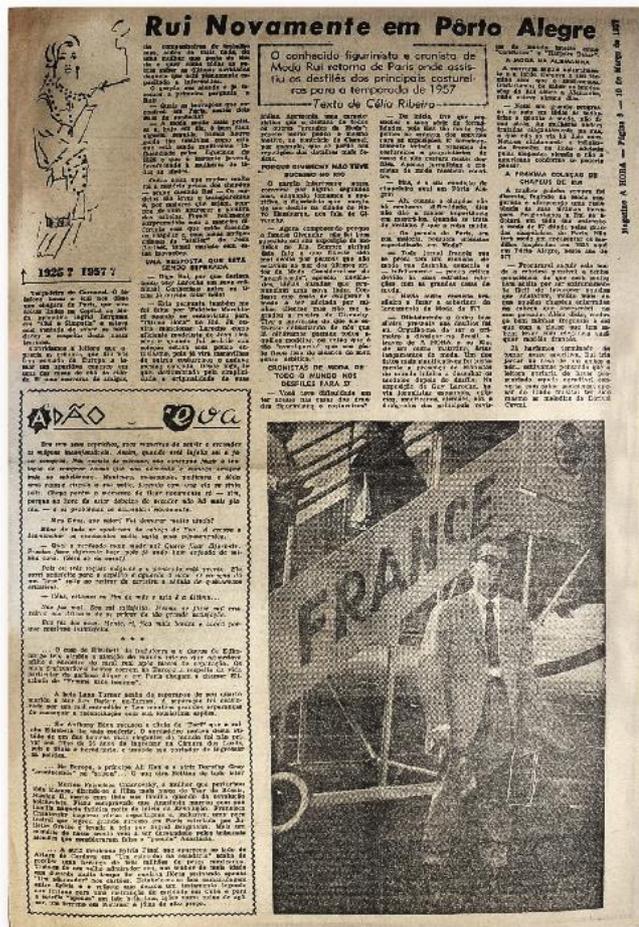
<sup>41</sup> STEELE, Valerie. *Fifty years of fashion*. New Look to Now. New York: Ed. Yale University Press/New Haven and London, 1997.

<sup>42</sup> IDEM.

<sup>43</sup> DIOR, Christian. Conferências escritas por Christian Dior para a Sorbonne 1955-1957. Trad. Mariana Echalar. São Paulo, Martins Fontes, 2011p.23.

longo dos anos. Em 1957, Célia Ribeiro o entrevistou para o jornal A Hora após retornar de Paris, “onde assistiu os desfiles dos costureiros para a temporada”<sup>44</sup>. A fotografia que acompanha o texto mostra o “cronista de moda” prestes a embarcar, como forma de testemunhar a veracidade da excursão. (Figura 1.)

Figura 1 - O retorno de Rui a Paris em texto de Célia Ribeiro, 1957



Fonte: Jornal A Hora.

Em seu livro, constam apenas duas pequenas fotografias onde aparece ao lado de amigas no exíguo quarto de hotel onde morava. Chega a afirmar que, ao retornar à Porto Alegre, em 1955, seu acervo de mais de 150 fotografias – assim como “um

<sup>44</sup> RIBEIRO, Celia. *Rui novamente em Porto Alegre*. Magazine A Hora, 10 de março de 1957, p.9

suéter belíssimo comprado em uma das melhores lojas masculinas no *Boulevard Saint-Michel*<sup>45</sup> –havia sido furtados.

Registros como o de Rui em frente aos endereços de Christian Dior ou Jacques Fath jamais foram divulgados, apesar de funcionarem como uma espécie de testemunho (figuras 2 e 3). O número 30 da *Avenue Montaigne* (cenário do registro) se tornou um endereço emblemático por ter sido escolhido por Dior para abrigar a sua *maison de couture*, que lá funciona ainda nos dias de hoje.

Figura 2 - Fachada da maison Christian Dior. Paris, 1954.



Fonte: Acervo Rui Spohr.

Jacques Fath, nome de destaque no período pós-guerra, também foi uma influência de estilo para Rui. Em suas memórias, conta que esteve no número 39 da *Avenue François Premier de Serbie* em 1954, em busca de uma vaga como chapeleiro – “ já trabalhava com Jean Barthe e gostaria de trabalhar, por exemplo, com Fath ou

---

<sup>45</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 105

Dior”<sup>46</sup> Apesar de não ter conseguido um posto de trabalho, teria saído de lá com uma palavra de incentivo e uma capa de revista autografada.

Figura 3 - Fachada da maison Jacques Fath, Paris, 1954.



Fonte: Acervo Rui Spohr.

Assim como a personagem Marion no filme *Funny Face* (1954)- interpretada por Audrey Hepburn- ao chegar em Paris, como forma de integrar o seu visual ao dos jovens da cidade, Rui trocou de roupa. O pulôver comprado no *Boulevard Saint-Michel* era uma forma de se conectar ao que chama o estilo dos existencialistas.<sup>47</sup> O texto de Mariana Kalil, que anuncia a celebração dos 40 anos de carreira de Rui, em 1995, rememora a *rive gauche* e seus filósofos:

Na França, Rui viveu um momento especial da história parisiense, o auge do existencialismo, de Jean Paul Sartre e Simone de Beauvoir. Ainda hoje se lembra com espanto ao se ver, um menino de Novo Hamburgo, em meio à revolução de conceitos que a Europa atravessava. ‘Vestia uma pulôver

<sup>46</sup> IDEM, p.75

<sup>47</sup> O estilo em questão poderia ser um desdobramento do estilo *zizou*, uma subcultura que se originou durante o período da Ocupação . O romance *“Ces gens de Sartre Ville”* (1953) de Liliane Gaschet fala dos jovens que se reúnem nos cafés, dançam jazz nas caves. As mulheres adotam um estilo andrógino e os homens usam óculos de armações grossas, como os de Jean-Paul Sartre.

preto, usava um cabelo bem ralinho. Vivi a primeira contestação da juventude contra a mentalidade das pessoas de gerações anteriores à minha.<sup>48</sup>

A Paris da juventude e do existencialismo é retomada também em entrevista a Ana Carolina Acom, em 2011:

Eu vi Jean Paul Sartre e Simone de Beauvoir, que falavam no Café de Flore no meio dos estudantes. Frequentei aquelas caves parisienses, aqueles porões onde se dançava. Quer dizer, tudo isso eu vivi, o princípio do existencialismo. Eu, um mês depois que cheguei lá, cortei o cabelo com uma franja, guardei meu terno, minha gravata, minha camisa branca e botei um jeans, botas e um grande abrigo, e me senti completamente integrado, como um estudante em Paris, em 1950.<sup>49</sup>

Em 2016, a partir de mais uma entrevista – dessa vez para a jornalista Mariana Bertolucci –, a “Paris boêmia e incensada pelos pensamentos de liberdade” é evocada como formadora de hábitos e gostos onde “aprendeu francês, a beber vinho tinto e *champagne*, a vestir preto e apreciar ópera, música e literatura”.<sup>50</sup>

Se as fotografias são guardadas como *souvenir* de viagem – como fazem os turistas –, o discurso que reforça a vida de estudante, em meio aos jovens que frequentavam as caves e o Café de Flore, o situam em relação à vanguarda<sup>51</sup> da época.

Em “O costureiro e sua grife”, Pierre Bourdieu e Yvette Desault situam os dominantes nos espaços antigos e consagrados da *rive droite* e os recém-chegados à *rive gauche*. Aos primeiros, cabem as estratégias de conservação de seu capital simbólico, já aos situados à *gauche*, a subversão. O segundo grupo, formado pelos

<sup>48</sup> KALIL, Mariana. O Flavio que virou Rui. *Zero Hora*, 10 de setembro de 1995. Caderno Donna, p.4

<sup>49</sup> SPOHR, Rui. Muito além do óbvio. [Entrevista cedida a] Ana Carolina Acom. *Site ModaManifesto*, 2011. Disponível em: <[http://www.modamanifesto.com/index.php?local=detalhes\\_moda&id=308](http://www.modamanifesto.com/index.php?local=detalhes_moda&id=308)>. Acesso em: 22 de Fev. 2019.

<sup>50</sup> BERTOLUCCI, Mariana. Eterno Gigante. In: *Revista Ba*, n.19 nov/dez, 2016. p.10

<sup>51</sup> Conforme observa Maria Lucia Bastos Kern, o termo vanguarda (do francês *avant-gard*) tem sua origem em uma estratégia militar, associado aos avanços de um exército no campo de batalha e relaciona-se a I Guerra Mundial. À mesma época, a expressão ganha sentido metafórico, se referindo ao pioneirismo ou ainda a ruptura de modelos pré-estabelecidos, como no campo das artes. Ao se dizer que Rui associa-se à vanguarda é porque, em determinados momentos, se compromete com as tendências de moda de maneira a chamar a atenção e, assim, construir uma imagem. Desta forma, parece apropriado o sentido de “vanguarda” que Doris Treptow utiliza ao sugerir uma metodologia de desenvolvimento de coleção. Ver: KERN, Maria Lucia Bastos O impacto da guerra nas vanguardas europeias: ruptura, retorno às tradições ou renovação? IN: *Vivências da Primeira Guerra Mundial: entre a Europa e o Brasil*. Coleção EHILA, v.18, 2014. TREPTOW, Doris. *Inventado moda*, planejamento de coleção. São Paulo; ed. Doris Treptow, 2013.

recém-chegados que buscam o novo (quase sempre mais jovens biologicamente do que o grupo *à droite*), representam ainda uma luta de gerações. Ao refletir sobre a palavra e, junto dela, a noção de juventude, Pierre Bourdieu destaca que “da mesma maneira que os velhos têm interesse em remeter os jovens à sua juventude, os jovens também têm interesse de remeter os velhos à sua velhice.”<sup>52</sup>

Na Paris da reminiscência, Rui é sempre jovem. Evocar a cidade da memória, na qual chegou após viajar 11 dias de navio e se instalou num pequeno quarto de hotel em Montparnasse, é uma forma de atestar que transformou o tempo vivido em narrativa. A cada vez que rememora, vive de novo – como se o passado ainda fosse um lugar de possibilidades.

Em suas memórias, escritas no apogeu de sua carreira, Rui optou por registrar as palavras de incentivo ouvidas de Jacques Fath para dar a entender que poderia ter sido seu discípulo, não fosse a lei nacional de proteção ao emprego de cidadãos franceses (que não permitiu sua contratação imediata) ou ainda a morte prematura de Fath, vítima de leucemia aos 42 anos.

A Paris que resistiu à guerra tornou-se, para Rui, espaço de re-existência. O imaginário construído para que a cidade se consolidasse como capital da moda, com seus locais míticos e personagens, incorporou-se à sua identidade. Entre a *droite* e a *gauche*, guardou na memória o pulôver perdido, comprado no endereço dos existencialistas, e transformou a juventude em um discurso—energia criativa que acabou por alicerçar sua trajetória longeva.

#### **1.4 Fazer moda *comme il faut*: o primeiro brasileiro a estudar moda em Paris**

Quando organizou seu primeiro desfile, em 1949, Rui concedeu uma entrevista à *Revista do Globo*, fato que rendeu uma narrativa detalhada em suas “Memórias Alinhavadas”. Nessa época, a revista de tiragem quinzenal era um periódico influente, chegando a concorrer com outros veículos de tiragem nacional, como O Cruzeiro e

---

<sup>52</sup> BOURDIEU, Pierre. La “jeunesse” n’est q’un mot. In: *Questions de Sociologie*. Paris: Ed. Les éditions du minuit, 2011. P.143-155.

Manchete. Seguiu, conforme Charles Monteiro, "o mesmo modelo de fotorreportagens com tom sensacionalista misturadas a entretenimento, artigos literários e vida social".<sup>53</sup>

Em seu livro, Rui afirma que o próprio Henrique Bertaso, responsável pela Editora Globo e um dos criadores da revista, o teria recebido e determinado que o veículo faria a cobertura do evento, que aconteceu durante um baile da União dos Estudantes de Novo Hamburgo.

Porém, o texto de Nelson de Assis destaca que Flavio Spohr, um jovem de 20 anos, espantou os seus colegas ao entrar para "uma academia de corte e costura". Era o único homem. Ainda, conforme Assis: "de posse do diploma de costureiro, Novo Hamburgo se tornou 'mui chica para Flavio'", que acabou se matriculando no Instituto de Belas Artes em Porto Alegre. Porém, logo decidiu abandonar o curso porque seu real desejo era "aprender a desenhar moda, criar roupas, entender de panos e de corte, entrar no jogo das cores"<sup>54</sup>

A formação em Paris, na escola da *Chambre Syndicale*, tornou-se marco definitivo na carreira de Rui. Em sua biografia, sentenciou: "fui o primeiro brasileiro a matricular-se nessa escola, o primeiro brasileiro a fazer curso de moda em Paris".<sup>55</sup> O feito é retomado em diversas entrevistas ao longo da carreira, mesmo nas que antecedem a publicação do livro.

Dez anos após Rui realizar o primeiro desfile, já estabelecido de forma definitiva em Porto Alegre, foi retratado novamente nas páginas da Revista do Globo. Além de ressaltar seus estudos, citando áreas como história e psicologia, o texto de Luis Carlos Lisboa ainda o apresenta como assistente de Jean Barthelet, exaltado como "o maior chapeleiro do mundo". Evoca também o encontro com Jacques Fath, que o estimulou a desenhar modelos exclusivos:

---

<sup>53</sup> MONTEIRO, Charles. Imagens sedutoras da modernidade urbana: reflexões sobre a construção de um novo padrão de visualidade urbana nas revistas ilustradas na década de 1950. *Rev. Bras. Hist.*, São Paulo, v. 27, n. 53, p. 159-176, June 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-01882007000100007&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882007000100007&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 22 Fev. 2019. p.164

<sup>54</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.192

<sup>55</sup> SPOHR, Rui, VIEGAS-FARIA, Beatriz. Op. cit.p.34

Rui é um rapaz de 30 anos que sempre gostou de desenhar modelos. Um dia resolveu fazer a Europa e se foi para Paris. Isso aconteceu em 1952 e ele ficou na França por três anos. Estudou muito, observou mais ainda. Naquela época estava interessado na criação de chapéus mais do que tudo. Foi assistente de Jean-Barthet, considerado o maior chapeleiro do mundo. Frequentou a 'Ecole Guere-Lavigne' e a 'La Haute Couture Parisienne'. Trabalhou muito para aprender e se sustentar. Nas horas vagas fazia chapéus para clientes brasileiras, apoiando-se na fama de ser auxiliar de Barthet. Fez estudos de figurino, de criação, de costura e corte, de História e de Psicologia da Moda. O grande impulso que teve lhe foi dado por Jacques Fath, que o recebeu em seu atelier, o orientou e animou como modelista.[...] o grande costureiro francês soube coordenar suas ideias, corrigir seus erros de principiante dando-lhe detalhes para os seus modelos, ajudando-o nos desenhos.<sup>56</sup>

A reportagem acaba por funcionar como uma espécie de propaganda, pois, no final da década de 1950 os chapéus (sua atividade primeira) foram caindo em desuso e Rui passou a confeccionar também roupas sob medida. Dessa forma, além de seu contato com Jean Barthet, a ideia de uma formação densa, construída com esforço – e o incentivo de Jacques Fath – funciona como garantia quanto ao seu profissionalismo. Fath não é citado como chapeleiro, mas como costureiro que teria orientado o jovem estudante brasileiro a prosseguir na profissão como “modelista”, ou seja, dedicada ao desenho e à criação de modelos.

O uso do termo faz perceber que existe uma determinada pedagogia aplicada à criação e construção de roupas, que se fez necessária com avanços da indústria. A emergência da confecção, por volta de 1840, tornou o desenho indispensável como forma de registrar, em linhas gerais, proporções e linhas de novos modelos. Os desenhos ganharam também as páginas das revistas e jornais de moda, privilegiando o caráter artístico dos ilustradores.<sup>57</sup>

As formações voltadas para o “modelismo” ou para a qualificação das costureiras – chamadas *petites-mains* e especializadas no trabalho manual minucioso da alta-costura – eram os percursos profissionais previstos pela escola da *Chambre Syndicale* na década de 1950, quando Rui lá estudou. Voltada para a formação de aprendizes e trabalhadores que iriam atuar na costura, a escola da *Chambre Syndicale* foi criada em 1927, beneficiada pela regulamentação do ensino técnico e industrial

<sup>56</sup> LISBOA, Luis Carlos. Revista do Globo, 1959, p.20-21.

<sup>57</sup> CHAUMETE, Xavier. La figurine de mode: histoire d'une pédagogie. In: *Le dessin sous toutes ses coutures*. Catálogo de exposição. Paris Musées, 1995.

que ocorreu na França em 1919. Já a *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* originou-se em 1868, como organismo que buscava regulamentar os processos de confecção e proteger os seus membros legalmente.<sup>58</sup>

Françoise Tétard-Vittu, especialista em indumentária, aponta que o termo “modelista” apareceu no final do século XIX, sendo usado para designar profissionais que trabalhavam no ramo de confecção. Uma espécie de antecessor do estilista, para quem o desenho era requisito – sendo utilizado tanto na elaboração quanto na adequação de modelos.<sup>59</sup>

O trabalho de modelista – ou a habilidade com o desenho – foi colocada em prática por Rui quando se tornou colunista do jornal *A Hora*, em 1957. O hábito de veicular desenhos junto aos textos fez com que ele fosse também reconhecido pelo traço. Como disse ao jornalista Lauro Schirmer: “foi quando deixei de ser Rui Chapeleiro para me voltar para a costura, executando modelos que até então só desenhava”<sup>60</sup>

Já nos anos 1990, quando comemorava quarenta anos de carreira, à jornalista Mariana Kalil também destacou sua formação, com ênfase às aulas que aconteciam dentro do Museu do Louvre:

Ao mencionar Paris Rui não esconde a satisfação. Deixa transparecer a certeza de ter tomado a decisão mais correta de toda a sua vida. Conseguiu entrar para a escola oficial dos costureiros parisienses. Na sua turma havia 35 alunos, de 18 nacionalidades diferentes.’ Eu tinha aula sobre corte, modelagem e história da moda no Museu do Louvre. Tínhamos que tirar de um poema a inspiração para criar uma roupa de alta-costura’, exemplifica. Rui se matriculou ainda em outra escola em que tinha nove horas por dia de aulas de corte, costura e intercelagem (sic).<sup>61</sup>

O espaço do museu como local de aprendizagem dá a entender que a moda, assim como a arte, exige, além de técnica, sensibilidade. Que, transformada em inspiração, levaria a “criar uma roupa de alta-costura”. No contexto, o termo alta-costura pode ser compreendido como roupa especial, diferenciada e cara; porém,

<sup>58</sup> CHAUMETE, Xavier, Idem.

<sup>59</sup> TÊTARD-VITTU, Françoise. La naissance du couturier et du modeliste In: *Au paradis des dames*. Catálogo de exposição. Paris Musées, 1992.

<sup>60</sup> SCHIRMER, Lauro. *A hora: uma revolução na imprensa*. Porto Alegre. Ed. L&PM, 2000 p.64.

<sup>61</sup> KALIL, Mariana. O Flavio que virou Rui. *Zero Hora*, 10 de setembro de 1995. Caderno Donna, p.4

também remete ao fato de que o termo *haute couture* é protegido pela legislação francesa. Seu uso é autorizado apenas aos membros – ou aos indicados – da *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, ou seja, organização à qual a escola em que Rui estudou está ligada – é a “escola oficial dos costureiros”. A outra escola a qual o texto se refere é a escola *Guerre-Lavigne* (atual Esmod), que oferecia “um curso mais prático, com ênfase em corte e costura propriamente ditos, sem abordar a criação de moda”.<sup>62</sup>

Estudar moda no Louvre parece ratificar que, além do conhecimento técnico, sua formação faz com que supere o papel de simples artesão, é capaz de dialogar com a sensibilidade – e, portanto, com a arte. Em trecho do seu livro, destaca a formação especializada:

Posso dizer, com conhecimento de causa, que a formação de um profissional da moda que tenha feito um curso como esse da *Chambre Syndicale* é algo completa e abissalmente diferente da experiência que tem um autodidata. Não digo que eu tenha feito um curso universitário de moda, mas foi o equivalente a algo bem próximo disso: um ano letivo verdadeiramente intensivo, um curso completíssimo e muito bem elaborado do ponto de vista pedagógico. O curso despertava seus alunos para todos os aspectos estéticos possíveis e imagináveis. Éramos foguetes em ascensão, éramos anúncios luminosos no céu e assim nos sentíamos a cada novo aprendizado. A cada aula, em cada disciplina, com cada professor, de outubro a julho, aprendemos coisas novas que eram nada menos que sensacionais.<sup>63</sup>

A partir da década de 1990, o Brasil viveu o impulso de uma moda profissionalizada, cujo ensino passou a prever formação universitária. Ao retomar a densidade da formação em sua narrativa, o curso “completíssimo e bem elaborado”, Rui se coloca à frente daqueles que querem aprender. Ele também passa a atuar como professor. O adjetivo “sensacional”, relacionado aos conteúdos apreendidos, além de denotar certo caráter extraordinário às aulas, coloca os momentos de aprendizagem em um espaço de emoção, cujo alcance só é possível através da vivência.

No papel de professor, Rui diz ter se utilizado justamente dessas experiências vividas, já que não tinha experiência didática: “falei muito de minha própria vida, de minhas lutas, dos desafios que enfrentei.”<sup>64</sup> Dessa forma, transforma o espaço da sala

---

<sup>62</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.42

<sup>63</sup> *Idem*, p.33

<sup>64</sup> *Ibidem*, p.166

de aula em espaço de reconhecimento, onde reforça marcos e fatos da própria carreira, mostrada de maneira extraordinária (ou sensacional) – assim como sua formação. Ao mesmo tempo, exalta a proliferação de “escolas de estilismo” no país, que fazem os estudantes tenham acesso à “cultura geral, o que confere ao futuro profissional maior segurança para encontrar seu estilo, sua linha”.<sup>65</sup>

É em “*Memórias Alinhavadas*” que Rui passa a defender o posto de “primeiro brasileiro a fazer curso de moda em Paris”. O fato passa a ser constantemente retomado, como o fez em 2016 em entrevista à jornalista Ana Fritsch. Frequentar a “única escola de moda que realmente existia” garantiu ainda um lugar ao lado dos célebres de sua época:

Yves Saint Laurent e Karl Lagerfeld estudaram na mesma escola que eu, a *Chambre Syndicale de la Haute Couture Parisienne*, dois anos depois de mim. Era a única escola de moda que existia realmente. Eles venceram um concurso de criação de vestidos e se tornaram famosos. E foi isso que aconteceu. Quer dizer, hoje, eu estou com mais de 80 anos, Karl tem quase a mesma idade e também segue trabalhando.<sup>66</sup>

Ao colocar-se ao lado de Saint Laurent e Lagerfeld (“estudaram na mesma escola que eu”), assume o posto de referência, ainda mantido por sua atuação longa. É como se o “seguir trabalhando” estivesse condicionado ao “seguir existindo”, algo que, dentro do jogo efêmero da moda, significa estar hábil a criar – o que estaria relacionado à sua sensibilidade e inspiração.

Em relação à formação na mesma escola de Yves Saint Laurent e Karl Lagerfeld, Rui parece elaborar – dando novos contornos – aquilo que, em suas memórias, chama de “proteção do curso aos alunos franceses”. Apesar de ter se classificado como o terceiro colocado entre os alunos estrangeiros, não obteve pontuação suficiente nos exames finais porque, além da avaliação das disciplinas práticas, foi exigido aos alunos uma prova dissertativa, em francês: “aquela prova dissertativa revoltou muito os

---

<sup>65</sup> Ibidem, p.276.

<sup>66</sup> SPOHR, Rui. Entrevista Rui Spohr. [Entrevista cedida a] Ana Fritsch. *Revista Onne and Only*, 2016. Disponível em: <[http://onnerevista.com.br/colunas\\_post/43/entrevista-rui-spohr](http://onnerevista.com.br/colunas_post/43/entrevista-rui-spohr)>. Acesso em: 22 de Fev. 2019..

alunos estrangeiros dada sua flagrante injustiça. Podia ser um critério de classificação para os franceses, mas obviamente não era leal”.<sup>67</sup>

O texto deixa subentendida a ideia de que Rui não se diplomou de fato, apesar de ter ficado entre os melhores colocados dos alunos estrangeiros. Isso não o impediu de retomar o prestígio da escola, funcionando como uma camada importante no trabalho de enquadramento de sua memória e também na construção de sua imagem.

### 1.5 Yves Saint Laurent: uma referência

Ao construir uma narrativa que dá conta da própria vida, Rui elabora uma espécie de arcabouço simbólico, que reforça fatos e lugares de memória, assim como o aproxima dos nomes de seu tempo – sejam eles suas referências como Dior, Fath e Barthelet) ou ainda seus contemporâneos.

Nesse sentido, Yves Saint Laurent aparece como uma referência de estilo, que guarda uma espécie de rebeldia aceita. No jogo entre *droite* e *gauche* do campo da alta-costura francesa, Pierre Bourdieu considera Yves Saint Laurent uma figura de centro que, com “uma abertura à esquerda”, atrai para si “as qualidades polares que recuperam as inovações espalhafatosas dos outros para transformá-las em audácias aceitáveis.”<sup>68</sup>

Saint Laurent, francês nascido da Argélia em 1936, começou sua carreira como modelista fazendo desenhos na *maison* Dior em 1955, após vencer o *Concours de la Laine* (promovido pela escola da *Chambre Syndicale*). Ao lado de Dior, também participava das rotinas dos ateliês, iniciando-se no ofício de costureiro. Com a morte de Dior, em 1957, tornou-se seu sucessor.

---

<sup>67</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.41.

<sup>68</sup> BOURDIEU, Pierre. DESAULT, Yvette. *O Costureiro e sua grife* IN: BOURDIEU, Pierre DELSAUT, Yvette. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo: Ed. Zouk, 2002. p. 124

O costureiro tinha 21 anos quando passou a ser chamado de “pequeno príncipe da moda” pela imprensa especializada. Criou roupas pensadas para mulheres de sua geração, afastando-se dos estatutos da elegância *bourgeoise*. Apresentou modelos “subversivos”, como a jaqueta em couro de crocodilo inspirada em Marlon Brando.<sup>69</sup>

Em 1961, como o apoio de Pierre Bergé, seu sócio e companheiro, Yves Saint Laurent fundou a própria *maison*. Passou a ser visto como “o único herdeiro da tradição da alta-costura”<sup>70</sup>. Criou modelos de sucesso, muitos deles inspirados em peças utilitárias do guarda-roupa masculino, que passaram a integrar o imaginário da moda do século XX – como os vestidos em homenagem ao artista plástico Piet Mondrian (de 1965), o smoking feminino (1966) e a “saharienne” (1968), peça em estilo militar que imitava vestimentas usadas em expedições na savana sub-saariana. Sua coleção de 1971, inspirada nas silhuetas da década de 1940 que remetiam à guerra e à Ocupação, é considerada por Oliver Saillard como um marco para a moda contemporânea.<sup>71</sup>

Yves Saint Laurent também foi o primeiro costureiro a se voltar ao *prêt-à-porter*, em 1966, com a inauguração da loja *Yves Saint Laurent Rive Gauche*. Foi onde suas criações se tornam acessíveis a um novo público, unindo assim *rive droite* e *rive gauche*. Foi então que, como sugere Bourdieu, ele se colocou como figura “de centro” nas disputas de prestígio do campo da moda.<sup>72</sup>

Encerrou a carreira em 2002 e veio a falecer em 2008. Atualmente, a *Fondation Yves Saint Laurent* – fundada por Pierre Bergé, falecido em 2017 – conta com dois museus consagrados à sua memória: um em Paris e outro em Marrakesh.

<sup>69</sup>Ver SAILLARD, Olivier. *Yves Saint-Laurent 1971: La collection du Scandal* em <http://www.palaisgalliera.paris.fr/en/yves-saint-laurent-1971-la-collection-scandale> acesso em setembro de 2018. Ver ainda *Les Anées Dior*- Musée Yves Saint-Laurent Paris <https://museeyslparis.com/chroniques/les-annees-dior> acesso em setembro de 2018.

<sup>70</sup> BAUDOT, François. *Moda do século*. Trad. Maria Thereza de Rezende Costa. São Paulo: Ed. Cosacnaify, 2002

<sup>71</sup>Ao organizar a exposição “Mode Contemporaine” (2010), Olivier Saillard- então recém designado curador chefe do Musée Galliera- utiliza a coleção “Libération” como marco pois, em suas palavras “Inspirado retrospectivamente, situa novo e diferente o exercício do historicismo dentro do processo de criação. Papel carbono dos modos “retro” prestes a varrer ao longo da segunda metade do século XX, a coleção de 1971 é o espelho que afasta de sua moldura um mundo em desaparecimento para acomodar em sua reflexão uma nova geração. Saillard também foi o curador da exposição “ 1971- la collection du scandale” que aconteceu em 2015 na Fondation Pierre Bergé-Yves Saint-Laurent

<sup>72</sup> BOURDIEU, Pierre. DESAULT, Yvette. O Costureiro e sua grife In: BOURIDIEU, Pierre DELSAUT, Yvette. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo: Ed. Zouk, 2002.

Apesar de, em seus discursos, Rui não fazer referência direta à influência de seu contemporâneo francês, é possível perceber certa semelhança no estilo de ambos. Neste sentido, Yves Saint Laurent teria sido mais do que um colega de curso na *Chambre Syndicale*: Rui se inspira no francês com frequência. A primeira referência de Rui a Saint Laurent acontece em sua coluna para o jornal *A Hora* em 1958, quando se torna o sucessor de Christian Dior:

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 à 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.<sup>73</sup>

Além de se equipar a Yves Saint Laurent em termos de “juventude”—uma vez que ambos são praticamente contemporâneos, e estudaram na mesma escola -- aproximando os desenhos de Saint Laurent, produzidos para Dior, aos veiculados por Rui no jornal, é possível perceber que ambos são capazes de expressar seus modelos com poucos traços, em linhas firmes, dando conta inclusive das expressões faciais e do movimento da “modelo” – o que denota a formação em comum. (Figuras 4 e 5).

---

<sup>73</sup> Jornal *A Hora*, 27 de janeiro de 1958.

Figura 4 - Desenho de Yves Saint-Laurent para Dior. 1958



Fonte: Fondation Yves Saint Laurent.

Figura 5 - Coluna "O que há de novo por Rui". Jornal A Hora, 1958.



Fonte: Jornal A Hora

Em seu livro, ao definir o seu estilo, o qual chama de “a sofisticada originalidade do simples”, Rui enumera como elementos característicos:

As golas pequenas dos tailleurs, a montagem das mangas, os botões especiais [...] as conjugações de cores, às vezes três ou quatro cores diferentes criando um conjunto de belo efeito [...] A partir da década de 1970, com a linha de *pret-à-porter*, criaram-se outros itens [...]: os blazers, os impermeáveis para chuva, frio e vento, as capas, as calças compridas.<sup>74</sup>

Ao retomar o estilo de Saint Laurent, impactado pela visita à exposição que homenageou o costureiro no Rio de Janeiro, em 2009, as observações que faz em sua coluna no jornal *Correio do Povo* deixam clara uma referência direta:

<sup>74</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 295.

Ao longo dos anos, seus sucessivos lançamentos bi-anuais fizeram uma verdadeira revolução de valores, de bom gosto, com sua criatividade sempre de impacto. [...] Talvez você não saiba, uma delas foram as calças compridas, oficialmente, na década de 70, quando, sob o maior impacto e curiosidade, apresentou o smoking para elas.<sup>75</sup>

Até mesmo o estilo pessoal de Rui pode ser aproximado da aparência de Yves Saint Laurent. Em um retrato de 1958, adota um vestir formal, com terno e óculos de armação grossa, ao estilo do colega francês. Da mesma maneira que Saint Laurent, Rui é fotografado enquanto desenha, como se estivesse criando um novo modelo. (Figuras 6 e 7)

*Figura 6 - Yves Saint Laurent desenhando, 1957.*



Fonte: Magnum Photos.

---

<sup>75</sup> *Jornal Correio do Povo*, 25 de julho de 2009, disponível em <http://www.correiodopovo.com.br/jornal/vitrine/n465/html/turismo.htm>, acesso em agosto de 2018. A referida exposição, chamada “Yves Saint-Laurent-Viagens extraordinárias” aconteceu no Centro Cultural Banco do Brasil Rio de Janeiro entre os dias 26 de maio e 19 de julho de 2009, em comemoração ao Ano da França no Brasil, com patrocínio do Banco do Brasil, Citroën e L’Oréal.

*Figura 7 - Rui desenhando, 1958.*



Fonte: Acervo Rui Spohr.

Como observa Maíra Zimmerman, a vida moderna dos anos 1950, atrelada a valores morais e à ideia de uma família nuclear, representava uma sucessão de papéis definidos e repetitivos, onde a aparência era fundamental. O traje funcionava como determinante social. Nesse sentido, a maneira de vestir de Saint Laurent, compartilhada por Rui, ajudava a delimitar tanto um papel – o de profissional da moda – quanto uma posição hierárquica. Ainda conforme Zimmerman, a cultura juvenil, que dialogava entre valores tradicionais e o desejo de um estilo de vida próprio, emergiu ao longo da década de 1960. Dessa forma, a formalidade dos anos 1950 deu espaço ao desejo de “autenticidade visual”, ou seja, que permitisse aos filhos se diferenciar dos pais, expressando, através da moda, sua individualidade.

Essa transição de valores pode ser percebida na fotografia feita por Schilleinger Jr. em 1958. Rui aparece descontraído, deitado no chão um pouco atrás da modelo que veste um vestido de saia volumosa. O terno e a gravata foram substituídos pelo pulôver, à moda dos estudantes franceses – seguindo o estilo dos existencialistas, como descreve em suas memórias. (Figura 8)

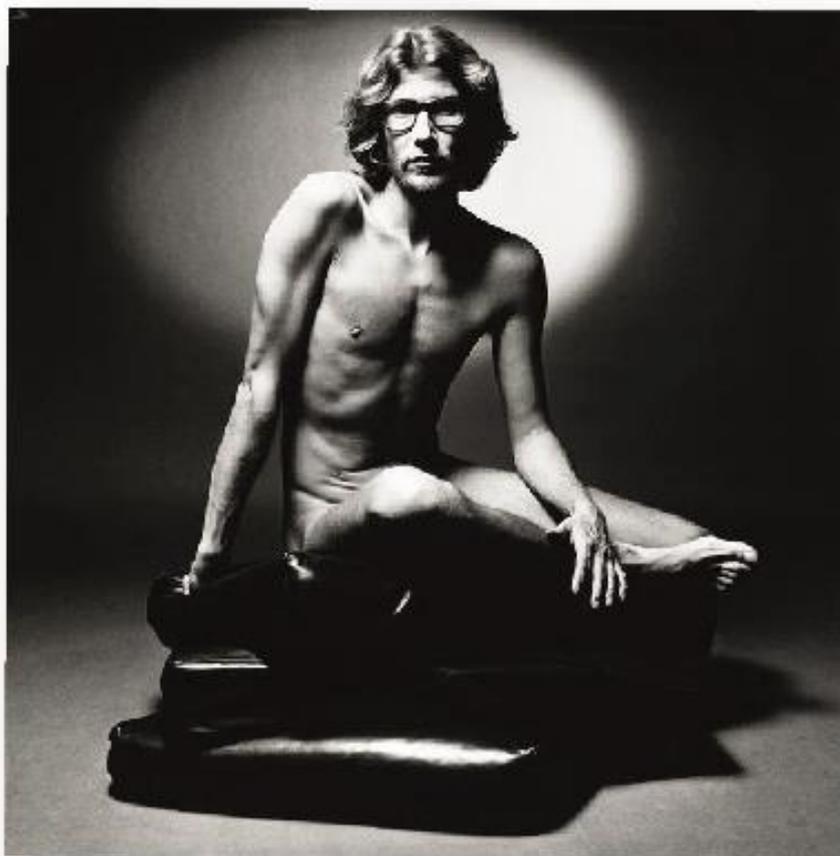
*Figura 8 - Rui e modelo. Schilleininger Jr,1958.*



Fonte: Acervo Rui Spohr.

Em 1971, Yves Saint Laurent posou nu para o fotógrafo Jeanloup Sieff<sup>76</sup>. A imagem serviu para divulgar o perfume “*Pour Homme*”, primeira fragrância masculina desenvolvida sob sua assinatura. Como observa a biógrafa Laurance Benaim<sup>77</sup>, em uma época em que o nu feminino não mais causava estranheza na moda, Saint Laurent tornou-se o primeiro homem-objeto publicitário. A serviço de si mesmo, escandalizando por ser um nome ligado à moda (e portanto às roupas), escolhe mostrar-se em pelo, “protegido” apenas pela grossa armação dos óculos e iluminado por uma espécie de halo.(Figura 9)

Figura 9 - Yves Saint Laurent nu. Jeanloup Sieff,1971.



Fonte: Réunion des Musées Nationaux (RMN-FR)

<sup>76</sup> A fotografia foi adquirida pelo Centre Pompidou- Musée national d'art moderne- Centre de Création industrielle em 1983 e integra o fundo nacional de arte contemporânea da França.

<sup>77</sup> BENAÏM, Laurence. *Yves Saint-Laurent*, uma biografia. Trad. Joana Angélica D'Avila Melo. São Paulo. Ed. Siciliano, 1994.

Rui repete o gesto de Saint Laurent e, em 1975, posa nu para o fotógrafo Roberto Axelrud – protegido apenas por um busto de costura. Nessa época, Rui havia recém-inaugurado a boutique na Rua Miguel Tostes, onde passou a vender também roupas prontas com sua assinatura (mas sem deixar de se dedicar aos modelos sob-medida). Mais uma vez, emula Yves Saint Laurent. (Figura 10)

*Figura 10 - Rui nu. Roberto Axelrud, 1975.*



Fonte: Acervo Rui Spohr

A nudez volta a ser repetida na exposição fotográfica em que celebra 40 anos de carreira: posa para o fotógrafo Luiz Eduardo Achutti. Em suas memórias, deixa claro que o gesto foi estudado. Tanto fotógrafo quanto fotografado não ignoravam a potência da exposição do corpo nu:

- O que você acharia – perguntou ele, vacilante, meio sem jeito – de ser fotografado...foi uma ideia que eu tive...fazer uma fotografia...sem roupa?
- Você quer dizer nu?
- É!—Respondeu ele, aliviado.
- Olha, por mim não tem problema, isso até me lembra dos meus tempos de Paris, quando posei nu, com vinte e poucos anos.
- Maravilha! Que cabeça aberta!
- Não vejo nada demais, desde que guardemos as devidas restrições, de não ofender a moral e a estética – essa última seria mais um problema meu. Como ele queria fazer um estudo com luz natural e estávamos na minha sala, que é muito bem iluminada, e ele estava com a máquina fotográfica, resolvi na hora mesmo:
- E também é pra já! Não tem problema nenhum. E vamos experimentar, para se ver logo como ficam essas fotos. Fui fechando a porta, tirei a roupa, peguei uma cadeira MacKintosh, design contemporâneo de Charles McKintosh, que tenho na minha sala. Estrategicamente, posei para as fotos.<sup>78</sup>

Por “estrategicamente”, Rui possivelmente quis se referir ao gesto de seu corpo: com a mão direita apoiada na cadeira e o braço esquerdo ao longo do espaldar de linhas retas, o nu frontal é dissimulado pela posição da sua perna. (Figura 11)

---

<sup>78</sup> BENAÏM, Laurence. *Yves Saint-Laurent*, uma biografia. Trad. Joana Angélica D’Ávila Melo. São Paulo. Ed. Siciliano, 1994, p. 232.

Figura 11 - Rui nu. Luiz Eduardo Achutti, 1995.



Fonte: Acervo Rui Spohr.

As comparações com Yves Saint Laurent fazem perceber que Rui, de certa forma, também media atitudes. Traz para a dinâmica do campo local subversões e rebeldias que seguem um modelo existente, ou seja, até mesmo a rebeldia de Rui parece seguir os moldes da alta-costura de Paris.

## 1.6 Mary Steigleder, a Madame Cuja Dita

Em seu relato autobiográfico, Rui assinala de maneira explícita que Mary Steigleder<sup>79</sup> teria sido a grande antagonista de sua carreira. No livro, a rival recebe a alcunha de Madame Cuja Dita.

O que o texto não evidencia é que a trajetória de Rui assemelha-se muito à de Steigleder. Filha de imigrantes alemães, nasceu em 1909 e iniciou a carreira fazendo chapéus, como assistente, em um atelier na Rua da Praia. Passou a ter um endereço próprio após se casar com Sylvio Steigleder, aos 21 anos. Mary foi descrita nas memórias de Nilo Ruschel como a “jovem elegante e bonita que tinha coragem de confiar à propaganda pelo rádio a elegância de suas criações em chapéus”<sup>80</sup>.

Calcada no prestígio como chapeleira, passou a confeccionar roupas sob-medida nos anos 1950, instalando-se em um casarão na Av. Independência – misto de loja e residência. Nesse endereço, fazia-se fotografar em ambientes com decoração rebuscada. (Figura 12)

---

<sup>79</sup> Os poucos registros sobre a vida e carreira de Mary Steigleder são fornecidos, especialmente, pela jornalista Célia Ribeiro, que foi sua cliente e amiga. Liliam Steigleder Meneghetti chegou a dar continuidade a marca da mãe, com roupas-sob medida. Os registros encontrados- além dos textos produzidos por Ribeiro- são compostos por notas sociais e também por um site, mantido por Alfredo Meneghetti Neto- neto de Mary- que carece de fontes. Ao longo da pesquisa, foram identificadas algumas clientes de Mary, que ainda mantém seus modelos, o que permitiria um estudo futuro, mais aprofundado sobre sua trajetória.

<sup>80</sup> RUSCHEL, Nillo. *Rua da Praia*. Ed. Prefeitura de Porto Alegre; Porto Alegre, 1971, p.182

Figura 12 - Mary Steigleder em frente ao seu retrato. Sem data.



Fonte: Flickr Alfredo Meneghetti Neto.

Em 1985, Mary não resistiu a uma pneumonia, decorrência do estado de saúde debilitado após uma cirurgia. Ao escrever o obituário da chapeleira-costureira, a jornalista Célia Ribeiro, que também era sua cliente, evoca o carisma de Mary:

Mary Steigleder deu ao Rio Grande do Sul a dimensão do chic europeu desde o tempo que era só chapeleira e tinha atelier na Andradas. Subia-se uma escada num espaço com divisórias de madeira escura atapetado de veludo. Mary recebia suas clientes. Já naquela época ela exercia a influência de seu carisma. Todas as clientes ficavam encantadas com a sua beleza e o modo como se tornava manequim de seus próprios chapéus [...] como menina, extasiada, assisti a essa cena várias vezes, minha mãe como cliente de Mary.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> RIBEIRO, Célia. Apagou-se a estrela da moda do Sul. *Zero Hora*, 08 de julho de 1985, p.10

O texto de Célia Ribeiro ainda destaca as viagens regulares de Mary a Paris e seu reconhecimento no centro do Brasil: “Viajava muito: fazia compras em São Paulo várias vezes ao ano, e em Paris se reciclava assistindo desfiles e percorrendo lojas. [...] em São Paulo e no Rio chamavam-na carinhosamente de ‘Mary Porto Alegre’”.<sup>82</sup>

Steigleder era uma referência de elegância na cidade. O jornal *A Hora*, em 1958, a insere na lista das “Dez personalidades que fazem notícia no mundo feminino”. O texto destaca a “elegância incomparável” e a “beleza clássica” de Steigleder, lembrando que já fora uma das “Dez mais elegantes do Brasil”, na lista organizada por Ibrahim Sued – o que a tornou “sinônimo de chiquismo, atualidade e bom gosto”. Sobre sua atuação profissional, a nota dizia: “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.”<sup>83</sup>

A jornalista Tânia Carvalho<sup>84</sup> comenta a existência de outra Mary, a Mary Kramer, que em seu atelier na rua Dr. Flores copiava os chapéus da primeira. O fato gerou uma espécie de piada entre as clientes que, ao ouvir que alguém usava um chapéu “da Mary”, perguntava se o modelo tinha sido feito pela “Mary rica” (Steigleder) ou pela “Mary pobre” (Kramer). Ainda nas palavras de Célia Ribeiro: “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”<sup>85</sup>.

O embate com Rui, descrito em suas memórias como uma “declaração de guerra”, ocorreu logo depois de seu primeiro desfile em Porto Alegre, em 1955, no Cotillon Club. Mary, conduzida pela jornalista Gilda Marinho, teria criticado um dos

---

<sup>82</sup> IDEM.

<sup>83</sup> *Jornal A Hora*, 18 de maio de 1958.

<sup>84</sup> Lembrada por ter estado à frente da edição local do programa *Jornal do Almoço*, da RBS TV (sucursal da Globo no Rio Grande do Sul e Santa Catarina), Tânia Carvalho também foi âncora e apresentadora de diversos programas de televisão e rádio, falando sobre variedades e sobre o universo feminino. Cliente de Rui em diversas ocasiões – como no casamento dos filhos – Tânia foi entrevistada em dezembro de 2017.

<sup>85</sup> Caderno “Zero Hora 30 anos de moda, Salão de alta-costura”. Porto Alegre, 1994.

chapéus apresentados por Rui sem saber que se tratava de um modelo original de Jacques Fath. O encontro teria terminado com uma ameaça, conforme Rui relata em suas memórias:

– Você vai vencer, mas enquanto eu for viva vai ter de enfrentar a minha guerra.

E guerra foi. Não fomos só “inimigos íntimos”, como mais tarde definiria a revista Manchete, mas inimigos declarados. Minha desvantagem foi ficar só na defesa, pois minhas únicas armas eram a minha cabeça, minha juventude, minha garra e uma vontade louca de mostrar meu talento e minha capacidade. [...] Recusei-me a entrar no jogo dela. Mas a guerrinha particular da Mme. Cujá Dita continuou, mesmo sem a minha contribuição.”  
86

Retomando-se o arcabouço teórico de Pierre Bourdieu, a disputa que se instala ajuda a compreender o jogo entre dominantes e recém-chegados no campo da moda local. No cenário porto-alegrense, Mary Steigleder representava o poder dominante. Suas estratégias de manutenção de poder no campo constituíam-se, além do seu bom gosto pessoal, periodicamente estampado nas colunas sociais dos jornais da época, pela parceria que garantia a recriação de modelos “legítimos”, ou seja, mediando objetos já consagrados por assinaturas de criadores de moda prestigiados na época.

Porém, cabe lembrar que havia outros atores em ação nesse campo, como sugere o texto de Luis Carlos Lisboa, na Revista do Globo:

Nem só no Rio e em São Paulo aparecem os figurinistas que dirigem a Moda Brasileira. Porto Alegre é também um grande centro de elegância, e as mulheres gaúchas seguem à risca as ordens de seus modelistas. Poderei citar vários nomes como o da Sra. Mary Steigleder [...] Martinez (residindo em São Paulo que faz anualmente uma temporada na capital gaúcha) e Rui.  
87

Hugo Martinez, reconhecido pelo desenho habilidoso, poderia ser citado ao lado de nomes como Dyrson Cattani ou ainda Luciano Baron, todos contemporâneos

---

<sup>86</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.111

<sup>87</sup> LISBOA, Luis Carlos. *Revista do Globo*, 1959, p.20-21.

de Rui<sup>88</sup>. Porém, ao colocar-se como um jovem de “vontade louca”, reivindica o posto de recém-chegado que não se intimida.

Em “O costureiro e sua grife”, Pierre Bourdieu e Yvette Desault situam os dominantes nos espaços antigos e consagrados da *rive droite* e os recém-chegados à *rive gauche*. Aos primeiros, cabem as estratégias de conservação de seu capital simbólico, já aos situados à *gauche*, a subversão.

Se, guardadas as proporções, cenário semelhante fosse passível de ser reproduzido na Porto Alegre de 1950, nesse jogo de *droite* e *gauche* Rui parece decidido a posicionar-se como vanguarda – apesar de suas estratégias especialmente calcadas na alta-costura e na tradição parisiense soarem conservadoras.

Ao longo da carreira, Rui acaba por simbolizar uma renovação da *droite* local, onde suas inovações e ousadias não chegam a ser subversivas, reforçando o jogo: “os recém chegados, à semelhança do que ocorre no boxe com o desafiante, fazem o jogo. Os dominantes agem sem risco: não tem necessidade de recorrer a estratégias de blefe ou enaltecimento que são outras tantas maneiras de confessar sua fraqueza”.<sup>89</sup>

As memórias de Rui reforçam a memória de Mary Steigleder. Na ânsia de “vencer” – e demonstrar seu posto de “vencedor” –, acabou por incorporar à narrativa pessoal o impacto da costureira, e talvez esta tenha sido sua maior contribuição ao não esquecimento dela. Ao despertar o interesse pela figura da “inimiga”, Rui passa a contribuir também ao enquadramento da memória de Mary, construída a partir dos seus relatos e do seu ponto de vista.

Em seu livro, Rui afirma que Mary fazia parte de um “esquema” de cópia de modelos, com “uma modista de São Paulo e outra do Rio de Janeiro” (possivelmente Madame Rosita e Menna Fiala) que “monopolizavam o serviço de atendimento em moda às mulheres mais ricas do Brasil”. Sobre o tema, afirma Rui: “De que forma? Elas

---

<sup>88</sup> Dyrson Cattani acabou se destacando por sua atuação relacionada ao Carnaval. Ver NORONHA, Renata Fratton, CAVEDON, Diego Dias. Uma inserção no universo particular de Dyrson Cattani. *Revista IARA*, vol. 5, n.2, 2012 p. 253-268. Já Luciano Baron, conforme o jornalista Paulo Gasparotto, é filho de imigrantes italianos e foi aprendiz do pai, que era alfaiate. Ao lado da esposa Scheila passou a confeccionar roupas femininas, seguindo a alfaiataria italiana.

<sup>89</sup> BOURDIEU, Pierre. DESAULT, Yvette. *O Costureiro e sua grife* IN: BOURIDIEU, Pierre DELSAUT, Yvette. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo: Ed. Zouk, 2002.p.119

compravam, em partes ou em conjuntos (o que hoje certamente chamaríamos de 'kits') cópias pirateadas, cópias de modelos de moldes franceses”<sup>90</sup>.

O mesmo fato é citado pelo autor João Braga no livro escrito com Luis André do Prado, onde apresentam uma história da moda do Brasil. Ao utilizar a biografia de Rui como fonte, os autores terminam por cristalizar a imagem de Mary Steigleder como “copista”, assim como tendem a evidenciar a rivalidade entre ambos: “Em Porto Alegre, apareceu Rui [...] para desbancar a hegemonia da *maison* de Madame Mary Steigleder, que reinava absoluta, seguindo a fórmula da venda de cópias de modelos franceses.”<sup>91</sup>

Entre os antagonistas de Rui, há ainda espaço para a jornalista Gilda Marinho. Além de ser próxima de Mary Steigleder, Gilda teria sido a responsável pelo desuso definitivo dos chapéus em Porto Alegre.

Rui diz que, em 1958, Gilda Marinho decretou o fim do uso do chapéu e, de repente, o acessório não mais interessava às elegantes porto-alegrenses. Nessa época, Gilda já era considerada uma referência, especialmente em assuntos femininos. É lembrada como figura excêntrica que “desfilava na redação seus chapéus” e usava “a máquina de escrever como um piano, dedilhando as teclas sem macular o esmalte rubro de suas unhas longas”<sup>92</sup>.

Parece pouco provável que Gilda tenha sido protagonista no processo de declínio do uso do chapéu, apesar de ter atuado como colunista social. A afirmativa de Rui soa muito mais como tentativa de aproximá-la à Steigleder, transformando-a em mais uma vilã dessa “guerra de agulhas”. A anedota, ao ser levada adiante, acaba por constituir-se em mais uma camada no processo de construção de uma imagem mitológica de Gilda Marinho.

---

<sup>90</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.125

<sup>91</sup> BRAGA, João; PRADO, Luís André. *História da moda no Brasil: das influências às autorreferências*. São Paulo. Ed. Pyxis, 2011 p.239

<sup>92</sup> Conforme relato de Celia Ribeiro ao jornalista Lauro Schirmer In: SCHIRMER, Lauro. *A hora: uma revolução na imprensa*. Porto Alegre Ed. L&PM, 2000

### 1.7 Doris, a companheira de trabalho e de vida

Ao contrário do que faz pensar, Dóris nunca foi modelo de Rui. Foi sim primeira-assistente e, após o casamento, tornou-se uma espécie de executora: começou por se ocupar da organização do ateliê de costura e depois se tornou gestora da marca.

Em suas memórias, Rui diz que enxergou em Doris “aquilo que tem dentro de si e vai além da aparência”, que ela sempre foi, além de uma figura extremamente agradável, “uma mulher elegante, chique e com gestos bonitos”. Resumiu: “Isso nela é inato: o extremo capricho com as coisas, o ser e estar sempre bem arrumada.”<sup>93</sup>

Rui exalta também o gosto que Doris tem pela música e sua facilidade com os números – que fez com que dominasse, num primeiro momento, a parte técnica do processo de construção das roupas e, mais tarde, a parte administrativa da empresa, que assumiu plenamente.

O encontro do casal se deu em 1956, quando Rui procurava por alguém que pudesse ajudá-lo na produção de chapéus. Doris se apresentou no ateliê com um vestido rodado, feito por ela mesma, como contou à jornalista Mariana Bertolucci:

Cheguei aqui e já costurava a minha roupa. Essa coisa já me fascinava

. Isso já me encantava. Naquela época, as mulheres terminavam o ginásio e tinham que se casar, não trabalhar [...] Me arrumei toda e fui. A amiga da minha mãe [que teria indicado Doris à Rui] ainda disse: ‘Tu vais bem arrumadinha que um dia tu ainda podes casar com ele’. Eu pensei: ‘Ela tá louca.’ Estava esperando um alemão, loiro, grande. Aí vem aquele cara magrinho, todo existencialista, de preto. Isso não existia por aqui, só em fotos e reportagens da revista O Cruzeiro. De óculos pretos, cabelos bem pretos, me disse: ‘Tu sabes fazer chapéu?’ Levou um ano sem me pagar um tostão. Meu pai dizia: ‘Minha filha, ao menos o dinheiro do bonde’. Em 1958 noivamos, era para casar em 1959, acabamos casando em 1960. Pintamos nosso apartamento e começamos nossa vida.<sup>94</sup>

Sobre o mesmo evento, em suas memórias, Rui comentou:

Uma moça sentada no sofá, numa pose que, se não era natural, era muito bem estudada. O vestido bem rodado, esparramava sua saia ampla pelo

<sup>93</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 143

<sup>94</sup> BERTOLUCI, Mariana. Eterno Gigante. *Revista Ba*, n.19 nov/dez, 2016.

acento. A moça, sentadinha bem no meio do sofá, perninha cruzada, trajava com desenvoltura aquele vestido [...] Cabelinho curto à la Doris Day, era de modo típico a garota de seu tempo.<sup>95</sup>

O namoro começou por carta. Durante uma viagem ao Rio de Janeiro, Rui adoeceu, prolongando a estadia em terras cariocas e ficando sob cuidado de amigos. No relato desse episódio, novamente a Madame Cuja Dita é trazida à cena: Rui atribui a doença – e uma série de imprevistos – ao terno de alpaca que usava, presente de Mary Steigleder por ter sido mencionada em sua coluna do jornal A Hora: "Este certamente será teu primeiro terno num verdadeiro tecido de categoria", teria escrito no bilhete que acompanhou o terno "mau agourado". Rui conta: "ficou muito bonito, e nas únicas três vezes que usei a bendita roupa quase morri – literalmente".<sup>96</sup>

Doris nasceu Doris Uhl, em 08 de março de 1938, no Bairro Floresta, em uma família alemã tradicional, de orientação luterana. Fez seus estudos no colégio Farroupilha, na primeira turma mista da instituição. Começou a trabalhar aos 14 anos porque o pai adoeceu. Foi quando aprendeu a costurar com uma vizinha, que depois a indicou para a vaga de assistente de Rui.

Para o casamento com Rui, tornou-se católica e usou um vestido criado por ele: "curto, de gorgorão branco, simples e lindo, algo inusitado. Com grinalda, um laço estilizado prendendo um longo véu que arrastava em cauda". A cerimônia aconteceu na manhã do dia 04 de fevereiro de 1960.

Em um perfil elaborado pelo jornal Diário de Notícias, em 1964, para o qual posou com a filha Maria Paula, Doris é apresentada como a "eminência parda" da moda gaúcha: mulher que "não admitiria a sua vida sem trabalho, mas admite perfeitamente uma realização total da mulher no casamento e na maternidade: 'Esse não é o meu caso, considero a maternidade como uma complementação.'"

O texto segue dizendo que "o trabalho de Doris está ligado diretamente ao ateliê de costura: 'Procuramos criar nós mesmos nossas auxiliares. Gosto se educa e elas passam a integrar a equipe que Rui e eu iniciamos.'" Por fim, conclui que "o Rui,

---

<sup>95</sup>SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. Op. cit. p.142

<sup>96</sup> IDEM, p. 144

que as mulheres conhecem, a quem as elegantes recorrem, tem em Doris a outra parte de si mesmo.”<sup>97</sup>

De fato, Rui atribui a Doris papel central em sua transformação de chapeleiro em costureiro. Foi ela quem, a partir do material trazido por ele da França, organizou o ateliê de costura e estabeleceu uma metodologia de trabalho. A mulher de negócios “responsável por um estabelecimento com quase 40 empregados”<sup>98</sup>, porém, só apareceu de fato na década de 1990. Apesar da posição de gestora, os discursos produzidos acerca de sua posição acabavam por atentar para a situação de “esposa que trabalha ao lado do marido” – e como gerenciava tal convivência.

A jornalista Celia Ribeiro traça seu perfil, apresentando-a em seu novo cargo: “casada com o estilista Rui, Doris Uhrl Spohr há muitos anos é responsável pela parte de produção e assessoria de criação dele, desenvolvendo o seu corte em uma projeção do *prêt-à-porter*, em cima da alta-costura. Hoje ela é administradora da empresa.”<sup>99</sup> Nesse mesmo texto, Doris apontou Zélia Cardoso de Melo, a então ministra do governo Fernando Collor e primeira mulher a ocupar o cargo máximo do Ministério da Fazenda, como exemplo de mulher moderna. Disse: “sabe se vestir e sabe se portar; é uma grande profissional também”.<sup>100</sup>

O elogio à ministra como profissional de grande responsabilidade que também sabe se fazer um modelo de elegância não foi em vão: reforçava o novo papel que Doris passara a desempenhar, de administradora da empresa que levava o nome do marido. Além disso, vale mencionar que a transição de função se deu por questões financeiras, que envolveram disputas familiares<sup>101</sup>. O comprometimento de Doris, assim como a ideia de ter “uma cabeça ótima para números”<sup>102</sup> – exigência da

---

<sup>97</sup> “A ‘eminência parda’ da moda gaúcha: Doris Spohr”. *Jornal Diário de Notícias*, 26 de janeiro de 1964.

<sup>98</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 143

<sup>99</sup> RIBEIRO, Célia. Doris Spohr, auto-respeito que se reflete em visual impecável. *Zero Hora*, 30 de setembro de 1990, Revista ZH.

<sup>100</sup> Idem.

<sup>101</sup> Estas questões familiares envolvem o irmão de Doris que trabalhou na gestão da empresa até os anos 1990. Os motivos da disputa e fatos decorrentes dela são um silêncio encontrado na pesquisa.

<sup>102</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.155

contabilidade, mas também dos traçados de moldes para costura – ajudava a afastar rumores sobre as finanças da empresa.

O perfil traçado por Ribeiro não deixa de lado o papel de esposa que se ocupa das tarefas da casa. Ao descrever a rotina do casal, o texto ressalta hábitos domésticos bastante comuns aos casais da época: “ao meio dia voltam para o Cristal, para almoçar em casa e descansar. É tempo de olhar o jardim, ver os cachorros e organizar a casa ainda que aos sábados tenha feito todas as determinações para a semana. Supermercado? Ela mesma faz à noite.”<sup>103</sup>

Em 1993, Rui e Doris, ao lado de outros dois casais, aparecem em uma reportagem sobre comportamento feita pela jornalista Maria Luisa Paim Teixeira, que então diz: “salário e contas bancárias não bastam para ter poder: as mulheres conquistaram a independência financeira, mas quem decide ainda é o marido”<sup>104</sup>. O texto considera que, apesar dos avanços dos costumes, a evolução dos papéis de homens e mulheres é lenta. “O fato de ter um salário e uma conta bancária não conferiu as mulheres tanto poder quanto se esperava”<sup>105</sup>, conclui.

Enquanto o primeiro casal – um fotógrafo e uma publicitária, casados há dez anos – se esforça para não deixar que “o dinheiro perturbe o relacionamento”, o segundo, formado por um engenheiro e uma psicóloga juntos há quase nove anos, “dribla a inflação administrando bem o orçamento doméstico”, fazendo balanços e estimativas de despesas. Nesse cenário, o casal Spohr, que à época contava 34 anos de casamento, é descrito por sua harmonia em conciliar trabalho e interesses pessoais. Reforça a jornalista: “o casal tem contas bancárias separadas, contas individuais e divide as despesas”.

O texto ainda atribui a Rui as tarefas de criação e marketing, enquanto Doris é responsável pela produção e administração. Apesar de não tratar do universo da moda e evidenciar aspectos da vida íntima do casal, Rui ocupa o posto de “criativo”, tendo a moda como um fruto de inspiração; Doris, novamente, vê reforçado o papel de

---

<sup>103</sup> RIBEIRO, Celia. *Rui novamente em Porto Alegre*. Magazine A Hora, 10 de março de 1957.

<sup>104</sup> TEIXEIRA, Maria Luisa Paim. Os casais e o dinheiro. *Zero Hora*, 28 de novembro de 1993, Caderno Donna.

<sup>105</sup> Idem

administradora: a sintonia necessária para o bom funcionamento da empresa e do êxito financeiro do casal.

Como observa Michelle Perrot, a moda é um código ao qual convém submeter-se: a partir das roupas, “a memória das mulheres é trajada”. Complementa dizendo que “uma mulher inscreve as circunstâncias de sua vida nos vestidos que ela usa, seus amores nas cores de uma echarpe ou na forma de um chapéu. Uma luva, um lenço, são para ela relíquias”.

A autora, quando escreve, se detém às dinâmicas do século XIX. Mas, se considerarmos a forte ligação do uso moda – e do fazer das roupas – ao universo feminino, assim como a prevalência dos papéis de mãe e esposa às mulheres da geração de Doris, é possível dizer que seu encontro com Rui lhe permitiu ainda mais. Ao ser coadjuvante do processo criativo do marido e detentora de todo o conhecimento administrativo da marca, a moda deixou de funcionar para Doris apenas como código de aparência. Tornou-se um espaço de invenção de si, fazendo-a realizar-se através da profissão.

Além disso, é por iniciativa de Dóris que toda a trajetória de Rui se encontra ricamente organizada e catalogada. Como uma espécie de guardiã da memória da carreira do marido, anotou datas, guardou agendas, pastas, revistas e roupas, tornando possíveis registros para a posteridade.

Essa preocupação – possivelmente fruto de uma mentalidade de “guardar hoje para ter amanhã” – a transformou em uma espécie de partícipe de uma prática que Philippe Artières chama de “intenção autobiográfica”. Para Artières, as práticas de selecionar e armazenar “vestígios de nossa existência” colaboram para um arquivamento do eu, uma maneira de construir a si mesmo e também de resistência; de contrapor à imagem social a imagem íntima de si próprio. Ao arquivar-se, o indivíduo estaria em busca de controle sobre sua vida e sobre suas perdas, uma consequência da passagem do tempo: “devemos manter arquivos para recordar e tirar lições do passado, para preparar o futuro, mas sobretudo para existir no cotidiano”.<sup>106</sup>

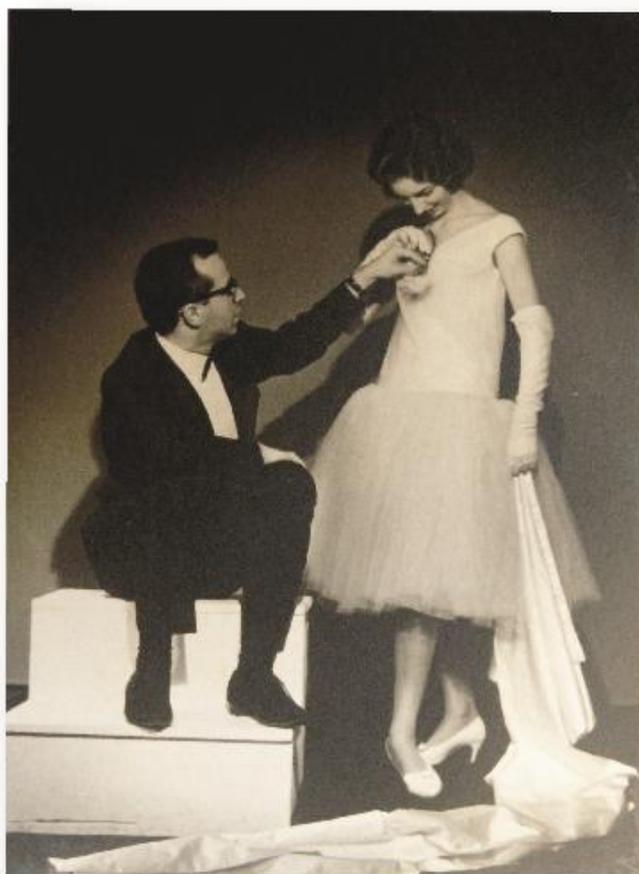
---

<sup>106</sup> ARTIÈRES, Philippe. Arquivar a própria vida. *Revista Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, v. 11, n. 21, p. 9 – 34, jul. 1998. ISSN 2178 – 1494. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2061/1200>>. Acesso em: 19 Fev. 2019.

Ou seja, ao colaborar com a organização dos discursos acerca de Rui, Doris também construiu a si própria. No processo de arquivamento, a imagem social do costureiro – que se contrapõe à sua imagem íntima – torna-se representativa do casal.

Nos inúmeros retratos de Rui e Doris, é possível perceber que se fazem fotografar lado a lado, ou ainda em atitude carinhosa, de maneira a reforçar a harmonia. Nas fotografias que celebram o noivado, feitas por Schilleininger Jr., Doris veste um vestido “gala curto”, adequado à dança e também à etiqueta dos bailes. O vestido de noiva, igualmente curto, tem um ar de jovialidade e lembra o usado pela atriz Audrey Hepburn no filme *Funny Face* (1957), feito por Hubert de Givenchy. (Figura 13).

*Figura 13 - Rui e Doris Spohr. Registro de noivado feito por Schlleininger Jr., 1959.*



Fonte: Arquivo pessoal Doris Spohr.

No musical, Hepburn interpreta uma aspirante a modelo que, em viagem a Paris, envolve-se com um fotógrafo de moda famoso, interpretado por Fred Astaire. O enredo inspirado no universo da moda e os figurinos de alta-costura, somados a endereços icônicos da cidade – como o Museu do Louvre e o Arco do Triunfo – reforçam a retomada de Paris como grande centro irradiador de tendências no pós-guerra.

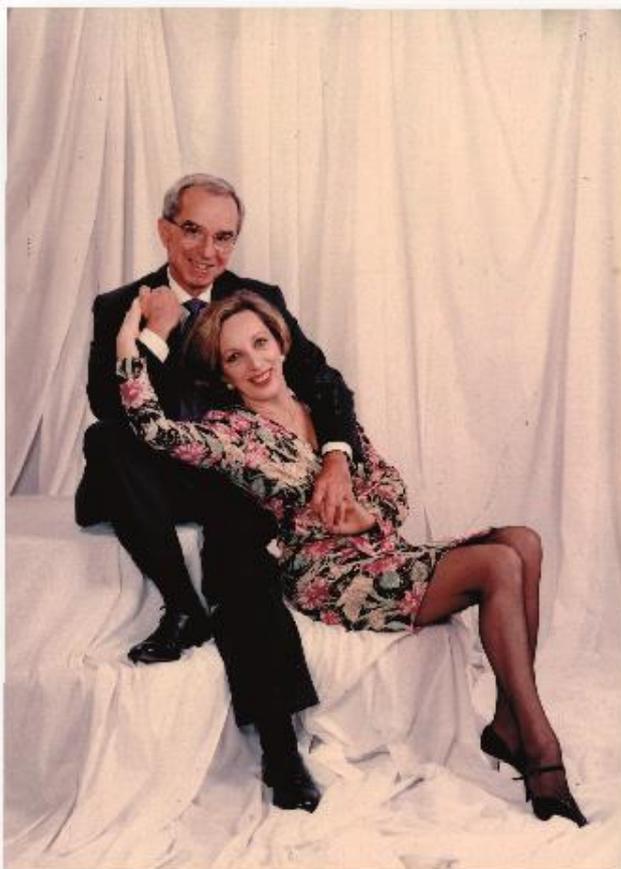
De volta a Porto Alegre: os registros do casamento e Rui e Doris também ficaram a cargo de Schilleininger Jr., em imagens que mostram posturas estudadas, que ajudam a construir uma imagem pública. Uma das fotografias que integra o álbum integrou a exposição dos 40 anos de carreira de Rui. Foi colocada ao lado a de uma imagem atual, como forma de celebrar os 36 anos de união. (Figuras 14 e 15)

*Figura 14 - Registro do album de casamento de Rui e Doris Spohr. Schilleininger Jr. 1961.*



Fonte: Arquivo pessoal Doris Spohr.

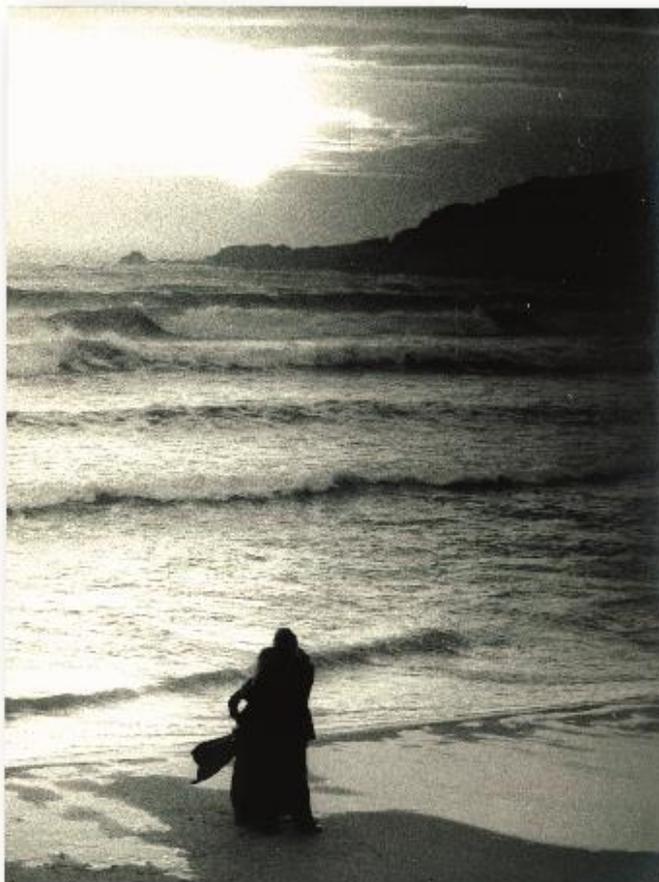
Figura 15 - Rui e Doris Spohr. 1995.



Fonte: Acervo Rui Spohr.

Mas, talvez, a série de fotografias mais célebre seja aquela realizada por Assis Hoffmann na Praia do Rosa (SC), no ano de 1979. Nela, além de registros inusitados de Rui no mar vestido de smoking ou com o torso nu e grandes óculos de sol – criando uma espécie de narrativa – o casal simula um flerte que termina em abraço. Vistos à distância, parecem formar um só corpo. (Figura 16)

*Figura 16 - Rui e Doris em série de Assis Hoffmann, 1979.*



Fonte: Acervo Rui Spohr.

### **1.8 Ruy, Rui, Rui Spohr**

Se o não dito torna-se esquecimento e o que é lembrado é passível de ser atualizado, ao organizar um discurso em torno de si, feito de reminiscências, Rui atua no enquadramento da própria memória. Elabora um discurso que irá orientar a sua atividade criativa com palavras que também orientam a sua transformação em marca.

Em geral, especialmente até a primeira metade do século XX, é o nome ou sobrenome do costureiro que ganha renome. Chegava a se transformar em uma espécie de herança, a qual seria levada adiante após a ausência de seus fundadores.

São os exemplos de Dior e Chanel, que deixam de designar apenas uma origem ou família.

Transformados em marca, tais nomes e sobrenomes são palavras que passam a carregar uma narrativa, transformando-a em energia simbólica – definem um estilo, procedência, status ou posição hierárquica. Como lembram Bourdieu e Desault<sup>107</sup>:

O poder das palavras não reside nas próprias palavras, mas nas condições que dão poder às palavras criando a crença coletiva, ou seja, o desconhecimento coletivo do arbitrário da criação de valor que se consuma através de determinado uso das palavras. A imposição de valor, simbolizada pela grife, é um caso particular de todas as operações de transferência de capital simbólico.

No caso de Rui, ele decide ser conhecido – e reconhecido – a partir de um pseudônimo, deixando de lado o seu nome de batismo. Ruy (com “y”) foi o nome escolhido para assinar a primeira coluna que escreveu para o jornal A Gazeta, de Novo Hamburgo, em 1949. Tomou tal decisão mais por preocupação em não desagradar a família do que por excentricidade. Em seu livro, justifica o nome escolhido por “não ser cambiável para o feminino”<sup>108</sup>. Já nas colunas que escreveu para o jornal A Hora, em 1957, aparecia como Rui (com “i”). Quando passa a colaborar com o jornal O Correio do Povo, em 1996, o nome completo Rui Spohr aparece assinando a coluna. A medida que vai ganhando visibilidade e prestígio, o nome se transforma até finalmente o pseudônimo incorporar o nome de família.

O prenome Rui, sem a necessidade do sobrenome, virou sua assinatura – que acabou incorporada à identidade visual de sua marca. O costureiro passou a ser assim designado, sem haver associação direta ao seu registro civil. Apesar disso, até meados dos anos 1970 é possível encontrar registros de imprensa que justificam o fato de Rui ser Flávio Spohr.

---

<sup>107</sup> BOURDIEU, Pierre. DESAULT, Yvette. O Costureiro e sua grife In: BOURDIEU, Pierre DELSAUT, Yvette. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo: Ed. Zouk, 2002, p. 162.

<sup>108</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memória Alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.186.

A transformação de Flávio em Rui – ou a construção de uma persona, que depois ganhou o seu nome de família – acabou ficando registrada também na evolução de seus desenhos e na forma como são identificados.

Os cadernos da época de estudante no Instituto de Belas Artes guardam esboços de vestidos que lembram os modelos usados por Vivian Leigh no filme “E o vento levou...” (1939) – com muitos volumes e babados. O traço, um pouco inseguro, dá a ideia de que o modelo pode ter sido copiado de outra imagem. A assinatura “Ruy” aparece com um grande “R”, rebuscada. (Figura 17)

*Figura 17 - Desenho de Ruy, 1949.*



Fonte: Acervo Rui Spohr

Já o caderno dos desenhos feitos em Paris apresenta uma técnica mais precisa, com colorido e contorno. Os modelos, bastante detalhados e estudados, seguem a moda da época e são legendados em francês. (Figura 18)

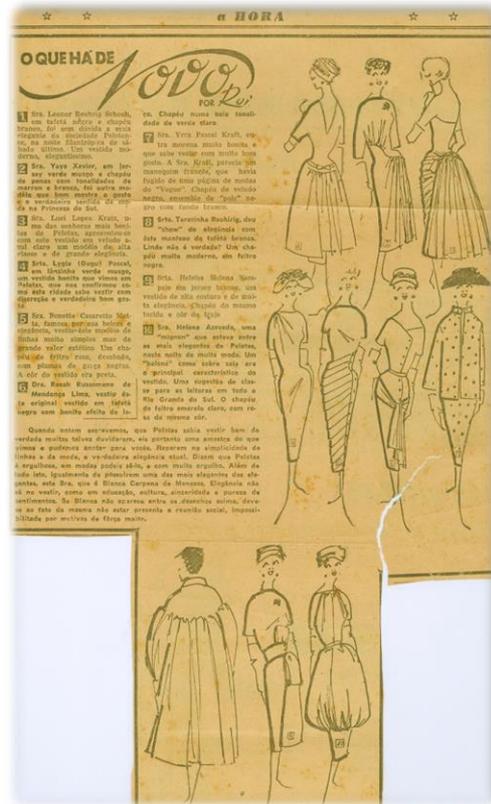
Figura 18 - "La lumière est tiède". Desenho feito em Paris, 1954.



Fonte: Acervo Rui Spohr.

Os desenhos que Rui veicula no jornal são rápidos e livres, mais preocupados com a forma do que com os detalhes. Ao representar as elegantes porto-alegrenses, vistas em eventos sociais da cidade, dá a entender que desenha “de memória”, como um observador atento e hábil (características do ser “modelista”, atribuídas à sua formação). O nome Rui aparece junto ao título da coluna. (Figura 19)

Figura 19 - Desenhos de Rui para A Hora, 1957.



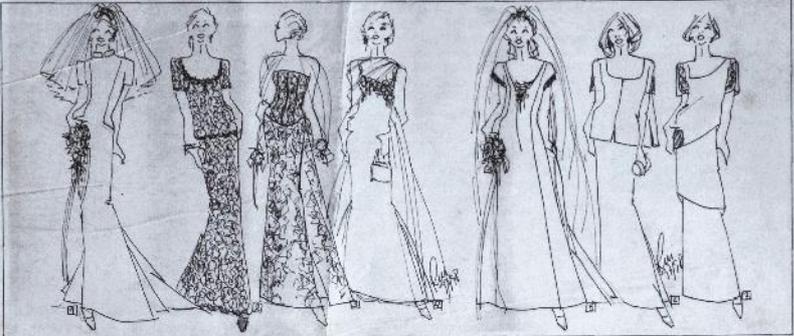
Fonte: A Hora, 1957

No jornal Correio do Povo os desenhos ilustram criações suas, feitas para eventos sociais como casamentos e bailes de debutantes – sempre indicando o nome das clientes – ou adaptações de coleções e tendências, como sugestão de uso. (Figura 20)

Figura 20 - Desenho para o Correio do Povo, 1997.

VARIEDADES DOMINGO, 23 de novembro de 1997 — 19

**MODA, ESTILO E COMPORTAMENTO** Rui Spohr



**D**ia 25 de novembro, o Dia Internacional da Moda, Dia da Santa Padroeira de todos que trabalham na moda e da moda, Dia de Santa Catarina. Tradicionalmente esta data é festejada na capital da França, Paris, que é depois de muitas décadas o centro da criatividade do vestir. No chamado triângulo do bom gosto, da alta-costura, da criatividade, formado pelas avenidas Montaigne, avenida George V e rue François I<sup>er</sup>onier, as festividades dos grandes ateliês de costura se concentram. Nas ruas, todos cantam, dançam e bebem muito vinho tinto, festejam a "Sainte Catherine". Em muitos países, cidades que têm estilistas formados em Paris mantêm a tradição, e a Santa é festejada no seu dia. Fora da França, os festejos se restringem nos ateliês. Internamente, confraternizando clientes, auxiliares, costureiras, bordadeiras. As primeiras clientes recebem um convite especial lembrando a data com uma promoção de descontos especiais, apenas na data e na véspera, que já se tornou uma tradição e muito esperado, aqui e tantos e tantos anos em Paris. Santa Catarina, dia 25 de novembro, a Padroeira da Moda.

Gracias a Santa Catarina, estamos convidando para um champagne De Gressils, todas as clientes, amigos e jornalistas durante os dias 24 e 25 próximo, até o final da tarde, com um desconto de 25% a vista e 15% a prazo em todas as mercadorias do nosso prêt-à-porter. Miguel Testes, 115, dias 9h às 19h. Sejam bem-vindos.

**1** – Marcia Ieda Zaduchliver, cetim marfim de seda pura, Bianchini, com imenso decote nas costas. Véu do tule cintilante dourado, buquê de diversas flores no tom do vestido. Noivo Nicolas Copsachilis. **2** – Rita Carmen Zaduchliver, mãe da noiva. Duas peças de renda rebordada num tom verde-pinho, forrado de organza estampada de diversas tonalidades. **3** – Ana Luiza Zaduchliver, irmã da noiva, longo em grandes rosas estampadas, muito colorido, num fundo verde. Echarpe musselina verde com arremate de flores das mesmas cores do estampado. **4** – Debora Ioschpe, longo em três tons de musselina de seda pura, lúcia, gelo e grafite. Corpo bordado em linhas e contas matizado nas tonalidades das sobreposições. **5** – Marcia Edelweiss, vestido em zibeline branca, corte princesa e mangas japonesas, com bordados em linhas e contas brancas. Longo véu cintilante prata, buquê de diversas flores em tom pastel. Noivo, Eduardo Minghelli Pieta. **6** – Maria Isabel Albano Edelweiss, mãe da noiva, crepe amarelo-mostarda, duas peças com fendas forradas de cores contrastantes. **7** – Maria Helena Minghelli Pieta, mãe do noivo, crepe-estem em azul-cobalto, de cortes assimétricos e mangas bordadas no tom.

**GOSTEI**

... **de ver**, deixei, como muitos, para o fim, a 1<sup>a</sup> Bienal do Merrosul. Se você ainda não foi, vá logo, é um momento histórico na vida cultural do Estado, do Brasil. Peça auxílio de monitores, eles sabem explicar muito bem. Se tudo parecer muito estranho, não compreender, pouco, ou nada, assim mesmo você vai sair sabendo. Sinta os cores, as idéias, a criatividade, a originalidade. Até o fim do mês de novembro.

... **de estar**, ontem, entre os inúmeros amigos de Maria Tereza Pessano lançando seu esperado livro "40 Anos Cozinhando Com Requite". Ela aproxima estilos simples e sofisticados que aproximam gerações com suas receitas antigas adaptadas à modernidade. Ela é o maior símbolo dos segredos de saber cozinhar bem, com Requite, da Editora Rigeli.

... **de conhecer** e experimentar o sucesso internacional, agora aqui com famosa etiqueta. Edite Travi, que é o Cream Up, o "Frozen Yogurt", ou seja, um sorvete feito de iogurte, nos moldes dos encontrados no Canadá, sua terra de origem. Importante: tem 50% menos calorias que o sorvete tradicional e 30% menos calorias que o diet, nos sabores baunilha, chocolate, morango e flocos. Endereço: Nilo Peçanha, 2278, na telefrega pelo fone 328-6414. Um belo trabalho de Tereza Carostello Estima e Maria Regina Nitri Travi.

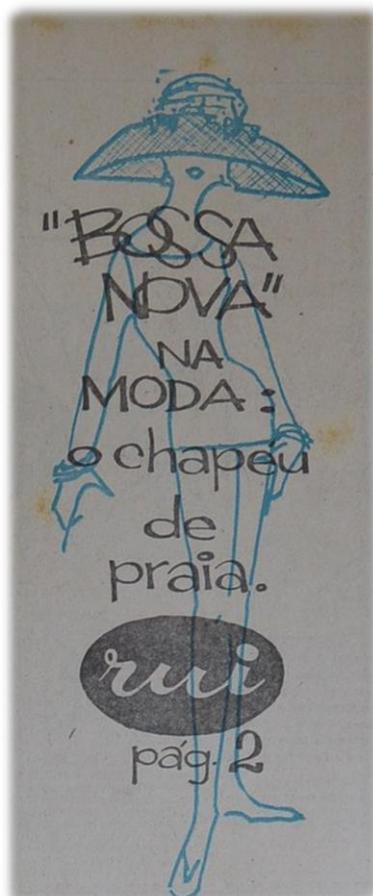
... **de outro** ano contratar e cuidar na Farmhouse, no Shopping Iguatemi e Rua da Prata Shopping. Decorarei todos os meus ambientes sociais, para as festas deste fim de ano, a partir de amanhã. Tudo em ouro e branco. Juracy da Silva se supera em criatividade, originalidade e bom gosto.

... **de ver o sucesso**, os aplausos recebidos por Bernadete Weber e Lidia Suzana Demeneghi, as grandes profissionais do Hospital Moínos de Vento. O lançamento de seu livro "Assistência Integral, o Paciente como Núcleo e a Equipe como Célula".

Fonte: Correio do Povo

Já logomarca que aparece em sua etiqueta, assim como em todo o material gráfico da marca, em fonte arredondada e letras minúsculas, é visto em 1959 quando, além de chapeleiro, já atua como costureiro.(Figura 21). Nos textos que escreve para a Semana Magazine, um semanário de distribuição gratuita, a forma permaneceu praticamente inalterada, até o encerramento das atividades da marca. A manutenção da identidade gráfica e visual dá ideia de perenidade.

Figura 21 - Logotipo "rui" em Semana Magazine, 1959.



Fonte: Semana Magazine.

### 1.9 Uma história de si, uma história para a moda

Ao aglutinar discursos e consolidar uma narrativa que busca dar conta da própria vida, elencando marcos e fatos que contribuem para o trabalho de enquadramento de sua memória, a autobiografia de Rui conta uma história de si e também uma história para a moda.

Considerando-se a abordagem de Alessandra Vaccari a respeito do uso de autobiografias—e textos biográficos—como fontes primárias, é possível perceber que os discursos de Rui reforçam um discurso de moda. Ou seja, os fatos de memória como imagens lembradas do passado relacionam-se a processos valores, referências e formas de difusão que se relacionam ao sistema de moda no qual Rui se insere.

De certa forma, compreender a relação de Rui com a moda no que diz respeito a busca por uma formação em Paris, as supostas relações com Jacques Fath, Jean Barthelet, Karl Lagerfeld e Yves Saint-Laurent mais do que uma tentativa de aproximação aos grandes de seu tempo fornece ainda uma espécie de olhar “de cima para baixo”. É possível perceber, através dos discursos de Rui, como a moda internacional- sobretudo francesa-irradia tendências adotadas até mesmo no sul do Brasil. A postura mediadora de Rui demonstra o esforço em dominar seus códigos, gostos e até mesmo gestos- que podem ser relacionados aos seus desenhos- e assim reproduzi-los, ao seu estilo, localmente.

Ao colecionar episódios e fatos, utilizados na construção de uma narrativa de si, Rui acabou por narrar também o campo da moda onde se insere: suas relações, tensões e aspirações – que também reverbera uma dinâmica de distinções e disputas

A moda como narrativa vai ser uma ferramenta para Rui quando passa a ter espaço no jornal, atuando como colunista. Suas visões sobre o (bom) gosto, os estilos sugeridos e reconhecidos dialogam com as formas como a moda é, de fato, vivenciada na sociedade onde vive e atua.

## 2. RUI, UM ESTILO NO JORNAL

Desde os seus períodos de formação em Paris, passando pela consolidação da carreira –local e nacionalment – até a participação frequente em programas de TV e rádio, Rui mostrou que, para além de fazer moda, sabia comunicá-la. E o fez de maneira peculiar.

O objetivo deste capítulo, então, é analisar como a atuação de Rui no jornal corroborou sua imagem profissional. A partir do momento em que se colocou em uma posição de autoridade, construiu seu capital simbólico e revelou nos escritos as ambições e aspirações da sociedade– e do tempo então vivido.

Esta atuação se deu em períodos temporalmente distantes e igualmente importantes na carreira de Rui. Os primeiros textos, escritos ainda em Novo Hamburgo, demonstram sua vontade de dedicar-se à moda, buscando nela um caminho profissional–o que acabou levando-o a estudar moda em Paris. Ao se estabelecer definitivamente em Porto Alegre, nos anos 1950, novamente o jornal é um espaço para Rui: nele se faz conhecer e também dialoga com modelos de elegância e de gosto- ligados a uma expectativa em relação às mulheres e seus papéis. O retorno ao jornal nos anos 1990 ajuda a marcar o apogeu da carreira de Rui e, de certa forma, seu lugar de referência na moda local. Porém, neste retorno, as noções de elegância e gosto já não são as mesmas– assim como os papéis femininos.

Serão aqui analisados os textos produzidos por Rui em diferentes períodos – ora inseridos em um discurso de civilidade, ora ajudando a orientar a construção de um estilo a partir daquilo que validava como adequado ou elegante.

As colunas dos jornais *Gazeta de Novo Hamburgo* e *A Hora* foram lidas em sua totalidade<sup>109</sup>. Em relação ao *Correio do Povo*, foram escolhidos apenas os textos

---

<sup>109</sup> A totalidade aqui se refere ao material disponível para a pesquisa. Há poucos dados disponíveis sobre *A Gazeta de Novo Hamburgo*: a hemeroteca do Arquivo Público Municipal de Novo Hamburgo conta com edições que datam dos anos 1947 até 1952–o que seria uma indicação do seu período de circulação. Como observam Ribeiro e Bragança, no período entre 1930 e 1950 foram criados em Novo Hamburgo vários jornais que sobreviveram por pouco tempo. Já o *A Hora* possui edições disponíveis para consulta no Museu da Comunicação Hipólito José da Costa, mas, como observou o jornalista Lauro Schirmer em sua pesquisa sobre a história do periódico, a coleção do museu não está completa, não havendo nenhum jornal de 1959 assim como poucas edições do período entre 1960 e 1962. No acervo

escritos entre 1996 e 1998, por esse ser o período mais representativo do apogeu da carreira de Rui Spohr – que culminou com o lançamento de sua autobiografia, *Memórias Alinhavadas*, em 1997.

Para essa tarefa de pesquisa, foi considerada a conceituação de Pierre Bourdieu sobre distinção e suas dinâmicas, especialmente quando o autor se volta para o campo da moda, assim como a proposta de Alessandra Vaccari em relação aos discursos produzidos pelos profissionais da moda – aplicada como fundamento para que a autobiografia de Rui seja uma fonte primária.

## 2.1 Os manuais de civilidade

Muito se diz que o discurso da moda deve ser orientado para que o indivíduo tenha estilo. Na visão de Alexandre Bergamo, contudo—levando em conta as ideias de Pierre Bourdieu—o universo social não é constituído por indivíduos, mas sim por posições sociais e suas relações. Ou seja, a relação entre as pessoas são sempre relações entre posições sociais – reguladas pela sua manutenção.

Dessa forma, dentro da moda, “a etiqueta esperada nada mais é senão o cumprimento da ordem social: a discriminação e a manutenção da posição que as pessoas ocupam dentro dessa ordem.”<sup>110</sup> Nas palavras do autor:

Elegância, atitude, personalidade e estilo são termos muitas vezes utilizados como sinônimos no mundo da moda, mas não é incomum que possam ser encontrados expressando ideias completamente opostas. O fato é que nenhum desses termos possui um sentido unívoco. [...] Mais do que expressar significados distintos, esses termos expressam concepções de

---

de Rui, as colunas da *A Hora*, em sua maioria, foram recortadas de suas páginas originais e, em muitas delas, não há menção à data. Por isso, este material foi comparado ao encontrado no Museu Hipólito para o alinhamento das informações bem como para uma maior compreensão da organização do periódico. Já em relação ao *Correio do Povo*, as edições encontram-se digitalizadas e disponíveis para consulta. O material aqui analisado foi o encontrado no acervo de Rui, pois está acompanhado de anotações tais como possíveis fornecedores e parceiros que são mencionados em suas colunas.

<sup>110</sup>BERGAMO, Alexandre. Elegância e atitude: diferenças sociais e de gênero no mundo da moda. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 22, p. 83-113, Jun. 2004. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-83332004000100005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332004000100005&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 25 de fev. 2019.

mundo, expressam a forma como o indivíduo concebe a sua própria inserção no mundo. E, nesse sentido, eles traduzem a forma como determinados conflitos são sentidos e, ao mesmo tempo, resolvidos.”<sup>111</sup>

Ao pensar na etiqueta relacionada às posições sociais, cabe de antemão retomar o histórico dos manuais de civilidade. Esse tipo de literatura se instalou no Brasil com a chegada da Corte, colaborando para uma europeização da vida social. Como observa Maria do Carmo Rainho, “os cuidados com a higiene, a correção dos modos, as boas maneiras à mesa e a adequação e a distinção no vestir passam a contar quase tanto quanto o dinheiro e os títulos de nobreza”<sup>112</sup>

Tal literatura poderia ser dividida em duas categorias: de cunho pedagógico ou voltada aos cortesãos. Enquanto os manuais de civilidade de cunho pedagógico eram voltados para a educação dos jovens e integravam-se à política educacional vigente (pelo fato de estarem presentes nas escolas), as obras destinadas aos cortesãos eram voltadas a preparar um público adulto para o “mundo elegante”.

A maneira de falar, de comer, de andar e, obviamente, de vestir garantia distinção aos gestos, transformando-se em insígnia de classe. Ao chegarem ao Brasil, essas obras já eram amplamente difundidas na Europa, sob a forma de tratados de cortesia e moral – o primeiro, escrito por Erasmo, data de 1530.<sup>113</sup>

O sociólogo Norbert Elias discorre sobre como esses textos demonstram as transformações das estruturas sociais ao longo do tempo. Para o autor, a construção de uma noção de bom comportamento relaciona-se à imagem que certos grupos sociais fazem de si mesmos, criando códigos específicos de comportamento.

Ao se voltar às questões de etiqueta e de boas maneiras que regulamentam o comportamento da “boa sociedade”, Elias também destaca os mecanismos de distinção, o controle do corpo e das emoções que garantem a “civilização” dos modos e a consequente manutenção de status ou de poder:

---

<sup>111</sup> Idem, p. 87.

<sup>112</sup> RAINHO, Maria do Carmo. A distinção e suas normas: leituras e leitores dos manuais de etiqueta e civilidade- Rio de Janeiro, século XIX. *Acervo-Revista do Arquivo Nacional*. Ano v. 8, n. 1-2, dez/jan 1994, p. 139-152.

<sup>113</sup> Idem.

A "civilização" que estamos acostumados a considerar como uma posse que aparentemente nos chega pronta e acabada, sem que perguntemos como viemos a possuí-la, é um processo ou parte de um processo em que nós mesmos estamos envolvidos.<sup>114</sup>

Desde o século XVI, com o aperfeiçoamento dos processos de impressão, gravuras de moda passaram a ser reproduzidas em grande quantidade, colaborando para o processo de difusão da moda (especialmente entre as burguesias ascendentes). Com a proliferação dos jornais de moda, na segunda metade do século XVIII, todo um discurso envolvendo conselhos de comportamento e etiqueta se articulam em torno dessas imagens. A partir do século XIX, tais publicações se popularizam, ajudando a difundir comportamentos e novidades, assim como a moda francesa.

No século XX, a literatura difundida pelos manuais proporcionou uma forma de educação pela leitura, tanto para jovens quanto para adultos: por meio de apelos à higiene e à aparência pessoal, e da codificação de rituais de sociabilidade urbana. Conforme Maria Teresa Santos Cunha, os prelúdios da urbanização e da modernização implicaram uma necessidade de romper com visões estereotipadas de um país arcaico, conservador e atrasado, abrindo espaço à conformação de regras de comportamento pautadas na polidez, na elegância e na cortesia. Ainda conforme a autora, até os anos 1960 as temáticas entendidas como relacionadas à civilidade circulavam no âmbito das atividades domésticas sendo, portanto, ligadas à mulher.<sup>115</sup>

Como observa Ducília Buittoni<sup>116</sup>, as primeiras publicações direcionadas ao público feminino produzidas no Brasil tinham na moda e na literatura seus principais atrativos. Além de figurinos coloridos vindos da Europa e processados no país, essas publicações apresentavam também crônicas de baile e teatro, além de romances publicados em formato de folhetim. Os desenhos vindos da Europa seguiram circulando nos jornais e revistas voltados às mulheres no século XX, como acontecia no

---

<sup>114</sup>ELIAS, Norbert. *O processo civilizador* : uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2011 p.70.

<sup>115</sup> CUNHA, Maria Teresa Santos. Ser de cerimônia: manuais de civilidade e a construção de sujeitos históricos (1920-1960). In: NEPONUCEMO, Maria de Araújo; TIBALLI, Elianda Figueiredo Arantes (orgs.). *A educação e seus sujeitos na história*. Belo Horizonte: Argvmentvm, 2007, p. 91-107.

<sup>116</sup> BUITONNI, Ducília Schroeder. *Mulher de papel*: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira. São Paulo, Summus, 2009.

Correio da Manhã, do Rio de Janeiro (com um suplemento feminino a partir de 1925).<sup>117</sup>

Aplicando-se essa construção teórica para a trajetória de Rui, é possível dizer que a primeira fase de sua produção jornalística – realizada entre o início da carreira, ainda na cidade natal, e o retorno de Paris, já na transição para a alta-costura – teve, sim, caráter civilizatório, ligado a um discurso de civilidade. O enquadramento fica nítido quando se percebem expressões de tom pedagógico em seus escritos, que não se limitam às formas do vestir.

## 2.2 Antes do croqui, o texto

Rui nasceu em Novo Hamburgo, a cerca de 45 quilômetros de Porto Alegre – e foi ao público da cidade natal que primeiro direcionou seus artigos no jornal. É importante destacar algumas características desse lugar, marcado pela imigração alemã e emancipado politicamente em 1926 (da hoje vizinha São Leopoldo).

Com a aceleração da industrialização nos anos 1940, Novo Hamburgo ficou conhecida como “Manchester brasileira”. No período pós-guerra, a indústria calçadista se fortaleceu, voltando-se para o mercado externo. Rui argumenta que a boa condição financeira da família estava relacionada ao trabalho do pai, “uma pessoa simples que começou como operário, depois montou, com sócios, uma fábrica de calçados e foi tão bem-sucedido que chegou a ser destaque dentro da sociedade.”<sup>118</sup>

O sucesso nas exportações fez com que, a partir da década de 1960, Novo Hamburgo passasse a ser conhecida como “capital nacional do calçado.” A rápida transformação da cidade e o novo impulso econômico formaram um cenário onde

---

<sup>117</sup> Sobre os cadernos femininos no jornal *Correio da Manhã*, ver LOPES, Ana Claudia L.F. “Assumptos Femininos”: a moda no *Correio da Manhã* nos anos 1920 In: *Colóquio “Imprensa, moda e mulher: trânsitos, circulação e trocas.”* Fundação Casa de Rui Barbosa, 2018.

<sup>118</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 186.

conhecer as últimas tendências, e seguir a moda era uma maneira de demonstrar que o refinamento dos modos acompanhava o progresso econômico.<sup>119</sup>

Foi aí que “A Elegância Feminina”, coluna dedicada à moda no jornal *Gazeta de Novo Hamburgo*, marcou o *début* de Rui nos jornais, em 1949. Nas páginas do periódico, comentava eventos sociais e sugeria o uso de determinados acessórios ou roupas para ocasiões como bailes de gala. Em seu livro, diz:

Nos primeiros artigos eu falava sobre decotes. Depois dei início a uma campanha no jornal para as mulheres de Novo Hamburgo começarem a usar luvas, não só nos bailes, mas também na rua. Se andavam de luva e bolsa em Porto Alegre, por que não podiam fazer o mesmo na missa das 10 e no cinema, por exemplo?<sup>120</sup>

No espaço que tinha no jornal, buscava mostrar a importância da moda e do saber se vestir – e o fazia por meio de conselhos. Ensinava como portar echarpe ou luvas e comentava eventos sociais. Pareceu bastante satisfeito, por exemplo, quando percebeu a adesão das hamburguenses às luvas no “Baile Hiberna”:

Com satisfação escrevemos este rápido comentário sobre a elegante reunião do Clube União Juvenil, esta que ficará para a história do bem vestir da cidade industrial. Sem dúvida o Baile Hiberna foi um grande, um enorme passo da mulher Novo Hamburguesa (sic) porque tivemos a ocasião de ver, quanto bom gosto, elegância e compreensão estavam escondidos no nosso mundo feminino. Jamais supomos serem em tão grande número, as pioneiras e interessadas pelo melhor vestir na nossa cidade, que aproveitando a primeira ocasião deram mostra que muito se pode esperar de Novo Hamburgo para bem breve, pois além de artísticos trajes, as luvas foram as princesas da noite.<sup>121</sup>

Além disso, aproveitava o espaço para responder a cartas, como a de M. (em publicação do dia 20 de junho de 1949). Nas palavras de Rui, “uma pessoa que sempre leu com prazer os seus artigos da moda”, mas que mostrava desagrado ao ver a insistência dele no uso de luvas e bolsas (suas “possibilidades econômicas não

<sup>119</sup> Ver SCHEMES, Claudia. *Pedro Adams Filho: empreendedorismo, indústria calçadista e emancipação de Novo Hamburgo : 1901-1935*. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em História. PUCRS, Porto Alegre, 2006.

<sup>120</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 187.

<sup>121</sup> Rui. *Gazeta de Novo Hamburgo*, 9 de julho de 1949.

permitem comprar, para cada vestido, umas luvas e bolsas”). Ela, à época, questionou: “Por que introduzir em Novo Hamburgo tais coisas, estávamos tão bem sem elas?”.<sup>122</sup>

Com um texto cheio de metáforas, convidou M. a pensar que, assim como um ramallete de rosas – que, se não colocado em um recipiente adequado, pode perder seu encanto –, os acessórios são exigidos na arte do bem vestir. “Este mesmo traje, com luvas e bolsa adequadas e talvez mais detalhes como flores artificiais e, para a completa elegância, um chapéu, não melhora a apresentação de um modo incalculável?” devolve Rui, justificando os seus conselhos “talvez um pouco entusiásticos”.<sup>123</sup>

Ao pressupor uma audiência sob a qual exercia uma espécie de pedagogia, deixa claro acreditar que existia na cidade uma vocação para a elegância, que acabaria por ser reconhecida:

Avante mulher da Manchester do Rio Grande, se neste passo continuarem todas com boa vontade, para o bem e elegância de cada uma teremos bem breve ao lado deste título honorífico, outro que a vós compete, o orgulhoso título de Paris do Rio Grande do Sul.<sup>124</sup>

Nem tudo, no entanto, eram flores. Em sua autobiografia, Rui demonstra que a escolha do pseudônimo para assinar seus primeiros textos no jornal não ocorreu por excentricidade. Havia a intenção de não desagradar a família, já que seu interesse por moda causava desconforto. Assim relata o dilema em torno da autoria dos textos:

Pedi a ele [Manuel Fernandes de Lima, o responsável pelo jornal] um espaço em seu periódico para escrever sobre moda. Ele gostou da ideia, garantiu-me o espaço, e foi então que surgiu o dilema do nome. A coluna seria assinada. Com a família contra e toda a colônia alemã contra, se eu assinasse Flávio Spohr, isso iria criar no mínimo uma celeuma.<sup>125</sup>

---

<sup>122</sup> Ruy. *Gazeta de Novo Hamburgo*, 20 de junho de 1949.

<sup>123</sup> Idem.

<sup>124</sup> Ibidem.

<sup>125</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 185.

Foi ainda em Novo Hamburgo que Rui organizou o seu primeiro desfile, em um evento da União dos Estudantes da cidade. O evento— inédito—contou até mesmo com o então prefeito, Carlos Armando Koch, na plateia. Inquirido pela *Gazeta* esse disse que “o desfile esteve muito bem, foi um índice de progresso para Novo Hamburgo, do que nos podemos orgulhar.”<sup>126</sup> O aspirante a costureiro foi reconhecido ainda como “figura singular, de convicção, seriedade e talento.”<sup>127</sup>

Apesar da breve colaboração com o jornal hamburguense, Rui continuou se dedicando a moda. Foi morar na capital, conseguiu um emprego no Citibank, começou o curso de Belas Arte, para aprimorar seu desenho e, em 1952, partiu para Paris—centro incontestável da moda àquela época.

### **2.3 Uma coluna no jornal *A Hora***

Depois do período de formação na França, Rui instalou-se de forma definitiva em Porto Alegre. Já atuando como chapeleiro, passou a integrar o time de colunistas do jornal *A Hora*.

Surgido em 30 de novembro de 1954, o jornal *A Hora* foi fruto de um projeto audacioso, que deu espaço a dezenas de colunistas dos mais variados assuntos. Em formato *standard*, o matutino tinha um projeto de diagramação inovador para a época. O logotipo azul, por vezes, dividia espaço com fotografias coloridas.

O convite teria se dado por conta de um encontro em Paris: em sua época de estudante, por intermédio de uma amiga, acabou sendo cicerone de Ernesto di Primo Beck e sua esposa durante alguns dias. Di Primo Beck fora designado presidente do jornal e, sabendo do retorno de Rui, convidou-o a assinar uma coluna dominical. Os primeiros textos datam de 1956 e a colaboração se estendeu até 1958.

As primeiras inserções foram relatos de eventos sociais. Bons exemplos de conteúdo vêm dos bailes de debutantes da Associação Leopoldina Juvenil<sup>128</sup>, ou do

---

<sup>126</sup> *Gazeta de Novo Hamburgo*, 28 de setembro de 1949.

<sup>127</sup> *Idem*.

<sup>128</sup> *Jornal A Hora*, 16 de outubro de 1952.

desfile de José Ronaldo, com modelos produzidos para a tecelagem Bangu<sup>129</sup> no Círculo Social Israelita – onde “16 jovens daquela sociedade desfilaram com elegância e graça”.<sup>130</sup>

Ao jornalista Lauro Schirmer, reconheceu que foi no período em que trabalhou no *A Hora* que deixou de ser o “Rui chapeleiro” para se voltar à costura – executando modelos que, até então, só desenhava. A atuação no jornal permitiu que se tornasse um jornalista profissional, sindicalizado.<sup>131</sup>

A periodicidade não parecia fixa. Tampouco havia um formato definido quanto à diagramação, à dimensão ou o mesmo espaço que ocupava no jornal. Mas, com bastante regularidade, Rui ilustrava os textos com croquis autorais. Seus desenhos não eram os únicos a ocupar as páginas do diário, uma vez que o jornal também divulgava reportagens elaboradas por agências internacionais (e até mesmo diagramas com moldes para costura). Fato é que a coluna no *A Hora* se tornou importante para demarcar um espaço no campo da moda local:

Eu trabalhava desde 1956 no jornal *A Hora* e isso irritava muita gente, tanto jornalistas como profissionais da moda, pois, se por um lado eu não vivia só do jornalismo, por outro lado eu tinha um espaço na imprensa, o que inevitavelmente divulgava o meu nome e me colocava em alguma vantagem no mundo da moda gaúcha.<sup>132</sup>

A circulação do jornal possibilitou seu reconhecimento também no interior do estado, para onde se deslocava com certa frequência para participar de festas e eventos. Tais textos, cotejados aos escritos ainda em Novo Hamburgo, confirmam a intenção “civilizadora”. Era notória a vontade de sugerir arranjos e estilos que, por

---

<sup>129</sup> A Fábrica de Tecidos Bangu, do Rio de Janeiro, com vistas a promover seus tecidos de algodão, organizou entre os anos 1940 e 1950 o concurso Miss Elegante Bangu, assim como promoveu desfiles itinerantes com peças criadas pelo costureiro José Ronaldo. Sobre estas iniciativas, ver SILVA, Gracilda Alves de Azevedo. *Bangu 100 anos, a fábrica e o bairro*. Rio de Janeiro: Ed. Sabiá Produções, 1989.

<sup>130</sup> *Jornal A Hora*. 25 de setembro de 1956.

<sup>131</sup> SCHIRMES, Lauro. *A Hora: uma revolução na imprensa*. Porto Alegre, LP&M, 2000.

<sup>132</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. **Memórias Alinhavadas**. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 158

vezes, pareciam pouco adequados à vida cotidiana das cidades. Em termos de narrativa, aproximavam a moda do colunismo social.

A novidade de Rui residia no fato de utilizar-se de uma fórmula já conhecida para promover-se, colocando em prática suas habilidades com o desenho, além de se fazer presente no circuito social da cidade. Por vezes, o texto aparecia ilustrado por fotografias – e Rui era nominado o responsável pela reportagem. Aos poucos, seus desenhos passaram a ocupar boa parte da página: coloridos, em um olhar rápido lembravam o estilo gráfico de Alceu Penna. (Figura 22)

Figura 22 - Reportagem e desenho de Rui para o jornal A Hora, 1956.



Fonte: A Hora.

Na reportagem sobre um *garden party*, organizado por Mary Steigleder, no Palácio Piratini – o endereço oficial do governador do Estado –, croquis davam conta da *toilette* das elegantes. O texto descrevia detalhes como cores, materiais e

acessórios (sapatos, bolsas e joias). O relato sobre o evento ainda dava margem para criticar os modelos de duas senhoras que “comentavam vestidos e chapéus”:

Uma dizia que aqueles chapéus grandes demais e vestidos de algodão bordado em fio não estavam de acordo para um “Garden Party”. A outra contestou dizendo que não sabia como havia senhoras que faziam questão de aparecerem [sic] esquisitas. [...] Depois de tanta “inteligência e firmeza”, não pude deixar de olhar as duas senhoras em questão. Que prazer! Elas me proporcionaram recordações felizes de infância, quando nesta época, mais ou menos, extasiava-me diante de belas árvores de Natal. Uma parecia um pinheirinho, um chapéu bordado ricamente de pedrarias, aceitável somente para uma recepção, o vestido cor de *champagne*, de rendas pesadas, gazes e bordados. A segunda estava mais ou menos no mesmo estilo. São gostos. E dizem que gostos não se discutem.<sup>133</sup>

Ao fazer troça de uma suposta elegante, Rui atestava que a alta sociedade local precisava refinar suas maneiras – ou, ao menos, refrescá-las. Nesse sentido, pressupunha uma classificação entre “vulgar” e “distinto”, sugerindo uma hierarquia de gostos e estilos.

Sobre o tema, aliás, conforme Pierre Bourdieu, é necessário fazer uma classificação de “bom” ou “mau” gosto, como hierarquizados e hierarquizantes. Isso porque 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.<sup>134</sup>

### 2.3.1 O (bom) gosto

Desdobrando as ideias de Bourdieu, Antoine Hennion observa que o gosto pode ser compreendido como algo em construção, conduzido no tempo e passível de ser relacionado com uma dupla historicidade – pessoal e coletiva<sup>135</sup>.

<sup>133</sup> Jornal *A Hora*, dezembro de 1956.

<sup>134</sup> BOURDIEU, Pierre. La métamorphose des goûts. In: *Questions de sociologie*. Paris: Ed. Les éditions du minuit, 2011.

<sup>135</sup> HENNION, Antoine. A pragmática do gosto. In: *Desigualdade e diversidade – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio*. Rio de Janeiro, nº 8, jan/jul 2011. p. 253-277. Disponível em: <[http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media/artigo10\\_8.pdf](http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media/artigo10_8.pdf)> Acesso em: 26 Fev. 2019.

O texto de Rui, por exemplo, que compara as elegantes a “belas árvores de Natal”, implica em posicionamento: é o jovem recém-chegado de Paris que domina os códigos da moda de seu tempo. “Eu era jovem, bonito e falava francês” é uma frase utilizada com frequência por Rui para explicar sua rápida inserção na moda local, atraindo atenção para a sua figura.

Nas colunas, observam-se também excertos de textos que, por vezes, abandonam o circuito social da cidade ou a descrição detalhada dos modelos para, em tom pedagógico, aconselhar sobre o vestir ou ainda reconhecer um estilo digno de ser imitado. Rui vai se manifestando como um árbitro do (bom) gosto: utilizando-se de ironia ou até mesmo em forte tom de reprovação, aponta modelos que devem ou não ser seguidos, baseando-se em um conceito de elegância.

No circuito social desbravado por Rui – a capital e as cidades do interior do Rio Grande do Sul –, um modelo de elegância vai tomando forma através do uso das últimas tendências ou no reconhecimento de algum arranjo original. No colar de pérolas usado com um broche, por exemplo, reconhece a nova moda com bem-vinda, além de nominar sua “inventora”:

A moda pegou. Não sei se foi lançada pela Sra. Zita Antunes, porém foi nesta elegante dama da sociedade porto-alegrense que vimos pela primeira vez, isto é: usar um colar de pérolas de três voltas, com um broche de brilhantes colocado um pouco acima do caimento normal do colar.<sup>136</sup>

Já em relação às calças compridas, chamadas eslaque, reconhece a popularidade e dá dicas sobre o seu uso:

Segundo parece, Porto Alegre adotara [sic] nas manhãs destes dias frios o eslaque. Temos visto diversas senhoras e senhoritas nesses trajes que há muito são usados para as compras. Seja elegante, proteja-se do frio, use o eslaque, mas nunca depois do meio-dia se estiver na cidade. De manhã é aceitável como elegância e bem vestir, mas nunca à tarde.<sup>137</sup>

---

<sup>136</sup> Jorna *A Hora*, 1957.

<sup>137</sup> Jornal *A Hora*, 1957.

Há ainda os conselhos sobre a moda masculina. Ao falar sobre meias, Rui certa vez revelou que o modismo fazia um *revival* das ligas, um acessório em desuso – e que podia até mesmo gerar estranhamento: “As meias muito curtas foram substituídas por meias mais compridas. Está voltando o uso incômodo das ligas, mas nossos pais usaram-nas tão bem sem se queixarem... são coisas da moda, bem definidas pelo ditado que diz: ‘o que é moda não incomoda’”.<sup>138</sup>

Ao retomar o ditado que fala sobre a moda e seus (não) incômodos, novamente reforça um modelo a ser aceito. A moda representa o gosto vigente e, no cenário onde Rui atua, submete-se à hierarquia das tendências internacionais. Portanto, seguir a moda é um fator distintivo, também apoiado no discurso de civilidade, adquirindo um caráter formador.

Como observam Cecchin e Cunha, textos formadores – como os que compõem os manuais de civilidade – intencionam o refinamento de modos e maneiras. Inicialmente, ainda no século XIX, voltavam-se às classes altas, porém passaram a atingir todas as classes, “adaptando suas postulações às diversas condições que possuía a maior parte da sociedade”, democratizando as leituras de civilidade.<sup>139</sup>

Ainda conforme as autoras, fica clara a “visualização dessas regras como pertencentes ao círculo restrito da boa sociedade burguesa, as quais deveriam ser almeçadas e imitadas pelo restante da população”.<sup>140</sup>

Talvez o texto que melhor sintetiza o tom ora pedagógico ora impositivo de Rui seja sobre o uso de joias. Sob o título “Você sabe usar joias?”, determina:

“Pela manhã jamais deveria aparecer um brilhante na rua, nem como anel muito menos em outras aplicações. Pedras preciosas em braceletes, broches gigantescos com saia e blusa é o máximo de ignorância em questão de se vestir. Além de uma impressão de ‘nouveau riche’, você demonstra um mau gosto extremo. Mas lá vem a frase muito nossa conhecida: ‘Eu tenho joias, logo posso usá-las, se não fizer, ninguém saberá que as possui.’”<sup>141</sup>

---

<sup>138</sup> Jornal *A Hora*, 1958.

<sup>139</sup> CECCHI, Cristiane. CUNHA, Maria Teresa Santos. Tenha Modos! Educação e civilidade em manuais de etiqueta (1900-1960) In: *Anais do X Simpósio Internacional Processo Civilizador*, Campinas-SP, 2007.

<sup>140</sup> Idem.

<sup>141</sup> Jornal *A Hora*, maio de 1957.

Rui, que conhece os códigos da moda e por isso indaga à leitora se ela saberia usar joias, indica a maneira correta do uso das peças, ocupando um posto de autoridade, de quem é conhecedor do (bom) gosto. Nesse sentido, gera uma espécie de hierarquia: o exibicionismo (hábito “*nouveau riche*”) está ligado ao mau gosto, apesar de relacionado a uma situação financeira abastada.

Aponta a conduta adequada, ligada ao consenso de elegância discreta – como deveriam ser as mulheres da época, especialmente as casadas. Assim, orienta em relação ao que seria uma imagem distinta, passível de ser almejada e/ou reconhecida.

### 2.3.2 Retorno a Paris

Em 1957, como correspondente do *A Hora*, Rui retornou a Paris. A cobertura dos eventos foi extensa, indo muito além dos desfiles – as crônicas de viagem chegavam via Air France.

De início, Rui destacou a estreia de Guy Laroche e a coleção de Chanel. Apesar da decepção com o desfile de Chanel, suas propostas para 1957 foram retomadas, com croquis mais detalhados. Explicou: “Chanel é a única que autorizou a reprodução imediata dos modelos, rebelando-se contra as normas estabelecidas pelo sindicato dos costureiros”. Porém, criticou: “Quando uma voz anuncia ‘*La collection est terminée*’, ficamos como que pregados na cadeira, pois o algo ‘novo’, que motivasse um oh!, muito comum nas coleções, não foi ouvido”.<sup>142</sup> (Figura 23)

---

<sup>142</sup> *Jornal A Hora*, janeiro de 1957.

Figura 23 - Versões de Rui para Chanel, 1957



Fonte: *A Hora*

Após um exílio na Suíça, Chanel voltou a apresentar coleções em 1954, aos 71 anos de idade. Seu estilo simples e utilitário encontrou dificuldades com o sucesso do *new look* de Dior, que era totalmente o seu oposto. Entre as muitas críticas recebidas pela imprensa, Chanel foi apoiada por Hélène Lazareff, da então recém lançada revista francesa *Elle* e também agradou a jornalistas americanas.<sup>143</sup> Portanto, a reação de Rui ao assistir a coleção demonstra, por um lado, a determinação da costureira francesa em reencontrar sua clientela – e se reestabelecer como referência de estilo –, mas também a forma como ele próprio recebia as informações acerca da moda para então passá-las adiante em suas colunas.

Há ainda uma breve entrevista com Geneviève Fath, viúva do costureiro Jacques Fath, a qual, até o final daquele ano, deu continuidade às coleções. De acordo com o texto, Mme. Fath ofereceu um coquetel a imprensa especializada em sua residência, descrita por Rui:

<sup>143</sup> Ver BAUDOT, François. *A moda do século*, ou ainda DUBOIS-JALLAIS, Denise. *La tzarine, Hélène Lazareff et l'aventure de 'Elle'*. Paris: Éditions Laffont 1984.

uma casa típica da alta-sociedade francesa. Grandes salas, pequenos conjuntos de móveis dentro o estilo Louis XV, muitas pinturas, dourados e veludos. Uma residência rica e bonita dentro dos princípios europeus, sobretudo franceses.” Perguntada sobre a elegância da mulher brasileira, a resposta foi que `bonita como ela é seria muito mais elegante se abandonasse os bordados de pedraria'.<sup>144</sup>

O texto enviado com agilidade garante a informação inédita, em primeira-mão, ao mesmo tempo em que vai construindo um discurso que, ao relacionar-se com os grandes nomes da época, coloca o autor entre eles não apenas como representante, mas como se fosse um de seus pares.

Os detalhes da casa de Fath, assim como a sua recomendação em abandonar certos adereços, reforçam a ideia do (bom) gosto ligado a um vestir mais sóbrio, adequado aos padrões definidos às mulheres que atendem aos predicados de mãe e esposa, dedicada ao lar. Os excessos seriam permitidos apenas aos ambientes da casa, marcados por certa tradição (como veludos e o estilo Louis XV), que atendia aos “princípios europeus, sobretudo franceses”, ou seja, ligados ao refinamento.

A ausência de bordados e pedrarias é retomada no comentário sobre o desfile de Jean Patou:

Nota-se uma ausência cada vez maior dos bordados de pedrarias, somente em vestidos de grande gala. Dior, o que muito procura agradar à mulher americana, sua melhor compradora, possui o maior número de vestidos bordados em pedrarias, assim mesmo muito menos que o ano passado.<sup>145</sup>

A clientela americana e seu gosto por bordados ajudam a alimentar uma ideia de “*nouveau riche*”, onde há o desejo de ostentar. Além de atrelada a um padrão vigente de elegância, a ideia de simplicidade aparece mais adiante, quando Rui passa a definir o próprio estilo como “a sofisticada originalidade do simples” – sem excessos e sem enfeites. Em seu livro, reforça o acordo desse estilo com a moda internacional:

Criou-se o estilo Rui, a interpretação do internacional traduzido para o nosso meio. E teve sucesso porque as mesmas idéias quanto aos novos rumos da

---

<sup>144</sup> Jornal *A Hora*, 1957.

<sup>145</sup> Jornal *A Hora*, 1957.

moda estavam latentes também aqui mais no sul. Tudo deveria ficar mais simples -abaixo com a ostentação, as rendas, as anáguas, as saias rodadas.<sup>146</sup>

Ainda através de seus desenhos, Rui ilustra às leitoras modelos elegantes vistos nas ruas, e o que vestia a editora de moda da Vogue francesa para o desfile de Jean Barthelet (Figura 24). Dois croquis rápidos acompanham descrições mais detalhadas: “fluida e vaporosa, eis as características da nova linha”. Quanto aos desenhos, adverte (Figura 25):

De acordo com as normas estipuladas pelo Sindicato da Alta Costura, de Paris, os modelos apresentados nos desfiles não podem ser reproduzidos antes de 30 dias. Por esse motivo, limitamo-nos a um croqui que dará ideia das características da coleção Jean Patou, 1957.”

---

<sup>146</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. **Memórias Alinhavadas**. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 295.

Figura 24 - Elegantes vistas por Rui em Paris, 1957.



Fonte: A Hora.

Figura 25 - Versão de Rui para Jean Patou. 1957.

**O QUE HÁ DE NOVO POR RUI em PARIS**

**JEAN PATOU - PRIMAVERA E VERÃO DE 57**

PARIS — Fevereiro de 1957 (Via Air France) — A "Maison Jean Patou", uma das mais antigas de Paris (é considerada uma das primeiras), apresentou no mesmo período as suas criações para 1957. FLUIDA E VAPOROSA, extremamente feminina, eis as características da nova linha. A cintura volta ao seu lugar, quase sempre marcada por cintos que são arrematados por laços. Os ombros são arredondados e as mangas montadas bastante baixas, acentuando este efeito. O busto é folgado e o corpo do vestido termina geralmente em franjidos na cintura. Os vestidos reformaram o estilo "porte-fuille" (trespassado), na maioria das vezes abotoados ou com pequenos laços que substituem os botões. A gola é folgada e as mangas, geralmente, entra três quartos e sete oitavas.

Os vestidos para coquetel são de estilo vaporoso, em muselina ou crêpe de seda. Lindos estampados com fundo branco, constituem um dos pontos altos da coleção de Jean Patou. Entre as mais vaporosas colorem uma outra, muito justa, de mesmo tecido e torçada de organdi, o qual também serve de fito a todo o corpo do vestido. Al está uma novidade de grande efeito e que se poderia dizer, inteiramente "anticonvulsa".

Os tecidos de lã são em tons ou compridos. Os cortes são de grande bordado em fio de algodão e em ribão. Os decotes são redondos ou em V e geralmente escarpados. Essas vestidas são acompanhadas por um "maillots" de setim, cuja cós contrasta com a do vestido e combina com a do sapato. As saias acenam ou quadradas, graças à produção de pregas que nascem na cintura e vão morrer na roda da saia.

Os vestidos compridos são em linha reta, e formam casca na parte baixa do saia. Eles também podem ser rodados, com bordados discretos em pedrera e acompanhados de blusas ou écharpes vaporosas.

Os chapéus acompanham a linha geral "1957". Para substituir os chapéus que não são mais usados, depois das 8 horas, Jean Patou criou "ouff", "furo" de flores ou com drap, vestidos de mousseline que se vestido, às quais, muitas vezes, acompanham os vestidos curtos para dançar.

De acordo com as normas estipuladas pelo Sindicato de Alta Costura de Paris, os modelos apresentados nos desfiles não podem ser reproduzidos antes de 30 dias. Por isso muito, limitamos a um croqui que dará as feições da linha das características da coleção Jean Patou, 1957.

Nota-se a ausência cada vez maior dos bordados de pedrera, sobretudo em vestidos de grande gala. Dior o que muito procura agradar a americana, sua melhor compradora possui o maior número de vestidos bordados em pedrera, assim mesmo muito menos que o ano passado.

JEAN PATOU

Fonte: A Hora.

De volta a Porto Alegre, Rui concedeu uma detalhada entrevista a Célia Ribeiro, que assim introduziu o texto:

Terça-feira de Carnaval o telefone tocou e Rui nos disse que chegara de Paris, que vira coisas lindas na Capital da Moda, aplaudira Ingrid Bergman em “Chá e Simpatia” e estava com vontade de saber as novidades a respeito desta nossa terrinha<sup>147</sup>

À jornalista, Rui relata desde a série de formulários que teve de preencher para ter acesso aos desfiles (“eles são muito exigentes para a entrega dos convites”) até as interdições impostas (“era terminantemente proibida a presença de costureiros e ou de proprietários de casas de alta-costura nesses desfiles”).<sup>148</sup>

Indagado por Célia sobre sua entrada nos espaços das apresentações, respondeu que não houve “nenhuma dificuldade”, pois “quando se trata de vestidos é que a coisa muda”. Isso leva a mais um capítulo do duelo Spohr *versus* Steigleder: ao afirmar a proibição de “proprietários de casas de alta-costura” nos desfiles, dá a entender que Mary não poderia assistir aos desfiles.

Ressalta também sua posição como “cronista de moda”, que desenha e faz comentários, algo que já acontece na imprensa francesa: “todo jornal francês que se preza tem um cronista de moda que desenha, comenta e – infelizmente – pouco critica” (em função da relação com as casas de moda). Indagado sobre a presença de “outros cronistas brasileiros a fazer a cobertura da Moda 57”, decretou:

Oficialmente o único brasileiro presente nos desfiles fui eu. Orgulho-me de ser o primeiro a divulgar no Brasil através de A Hora e no Rio, através de outro matutino, estes lançamentos de moda. Um dos fatos mais significativos foi justamente a presença de cronistas do mundo inteiro a desenhar os modelos depois do desfile.<sup>149</sup>

---

<sup>147</sup> RIBEIRO, Celia. Rui novamente em Porto Alegre. Jornal *A Hora*, 9 de março de 1957.

<sup>148</sup> Idem

<sup>149</sup> Ibidem

Rui coloca-se numa posição de pioneirismo ao recriar no Brasil algo que já acontecia “no mundo todo”. Ao viajar a Paris e assistir à apresentação das coleções *in loco*, seus textos e desenhos retrataram impressões pessoais, sem intermediários.

Não é possível mensurar o impacto no público da cobertura de Rui dos desfiles em Paris. Porém, a excursão o ajudou a posicionar-se dentro do campo onde ainda era um iniciante: como se as páginas do jornal atestassem uma tentativa de construir prestígio. Nesse caso, a partir de uma experiência exclusiva, que passa a ser compartilhada com o público leitor.

Rui firma seu espaço no jornal concomitantemente à sua atuação como chapeleiro. Passa a fazer parte de um campo que já tem uma dinâmica própria, assim como referências estabelecidas (vide Mary Steigleder). Nesse sentido, como observa Pierre Bourdieu, “a condição de entrada no campo é o reconhecimento da disputa e, ao mesmo tempo, o reconhecimento dos limites do jogo que devem ser ultrapassados, sob plena exclusão”.<sup>150</sup>

Essa luta é feita de revoluções parciais, capazes de destruir a hierarquia, mas não o jogo. Ainda conforme Bourdieu, passam-se a ser buscadas definições mais autênticas “do que aquilo em cujo nome os dominantes dominam”. Dessa forma, o que Rui viu, viveu e trouxe para as páginas do jornal após a excursão de 1957 ajuda a reforçar sua posição de autoridade legítima. Suas declarações acerca do gosto e da moda estão de acordo com a moda francesa, a qual, no Brasil, ele representa.

### 2.3.3 A moda para as mulheres dos anos 50

A coluna de Rui fazia parte de um conjunto de outros espaços do jornal voltados às mulheres, onde assuntos tidos como femininos eram abordados, reforçando um ideal propagado pelas revistas especializadas. Também não era o único homem a ocupar esse espaço, visto que, por vezes, seus textos apareciam ao lado da coluna *Sociedade*, assinada por Renato de Alencar.

---

<sup>150</sup> BOURDIEU, Pierre. Alta-costura e alta-cultura. In: *Questões de Sociologia*. Trad. Jeni Vaitsman, Rio de Janeiro: Ed. Marco Zero, 1983.

Percorrendo as páginas do diário, é possível perceber a intenção de se atingir o público feminino – pelos textos e pelos anúncios veiculados. O casamento, o papel da mulher como dona de casa e a moda costumavam ser temáticas recorrentes, em acordo com o que era veiculado nas revistas femininas da época.

Ao rememorar a (breve) história do jornal *A Hora*, Lauro Schirmer salienta o espaço para a atuação de mulheres no diário: foi o primeiro a contar com uma editora mulher, Maria Terezinha Rodrigues, que havia trabalhado da Revista do Globo. Também foi o primeiro jornal gaúcho a receber estudantes de jornalismo na redação. Duas mulheres foram as primeiras estagiárias: Iara de Almeida e Eunice de Holleben, formadas pela UFRGS. Iara foi contratada como repórter e chegou a ser editora do caderno “Hora Estudantil”.<sup>151</sup>

No *A Hora*, os assuntos tidos como femininos costumavam dividir espaço com o horóscopo, as histórias em quadrinhos e o roteiro de cinemas, organizando ainda uma agenda em torno dos eventos sociais da cidade e do Estado. A moda estava na ordem do dia não apenas em função da novidade, mas por seus personagens, que, na construção de um enredo de estilos, mobilizam modelos de elegância; ganha, assim, ares de entretenimento.

Como observa Carla Bassanezi, olhar para esses textos é percebê-los como fonte de informação, especialmente para a classe média urbana. Tratam de assuntos e valores que correspondem a esse grupo e retratam as transformações nos costumes, nas relações familiares, nas normas sociais, nas regras de comportamento e nos papéis atribuídos a homens e mulheres.<sup>152</sup>

Ainda conforme Bassanezi, apesar de maior participação das mulheres no mercado do trabalho nos anos de 1950, ainda eram nítidos os preconceitos que cercavam o trabalho feminino. A imagem de mãe e dona de casa – modelo ideal a ser perseguido – era incompatível com a atividade profissional, que poderia concorrer

---

<sup>151</sup> SCHIRMER, Lauro. *A Hora: uma revolução na imprensa*. Porto Alegre: LP&M, 2000.

<sup>152</sup> BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (org.) *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

com os afazeres domésticos e as atenções que deveriam ser dispensadas ao marido e aos filhos. O trabalho poderia ser uma ameaça ao matrimônio.<sup>153</sup>

Havia uma preocupação com a perda da feminilidade, o que significava jamais sobrepor-se ao noivo ou marido, preservando o papel de companheira que zela pelo lar. Conforme a autora, mulheres de classe média trabalhavam fora por questões econômicas, o que poderia representar certa vergonha ao marido:

Em geral, esperava-se que essas mulheres se dedicassem totalmente ao lar, fossem sustentadas pelo marido e preservadas da rua. Conviviam, então, muitas vezes em conflito as visões tradicionais sobre os papéis femininos com a nova realidade que atraía as mulheres para o mercado de trabalho, a obtenção de uma maior independência e a possibilidade de satisfazer crescentes necessidades de consumo pessoal e familiar.<sup>154</sup>

A compreensão da feminilidade ou de mulher-modelo, passível de ser admirada, passa pela dependência do marido e pela ideia de “companheira”, que presta atenção à aparência. Como sugere Bassanezi, “a companheira perfeita acompanha seu esposo, integra-se em sua existência”<sup>155</sup>

Apesar da preponderância de jornalistas homens, na redação de *A Hora* é possível destacar a atuação de duas mulheres: Gilda Marinho e Célia Ribeiro. A primeira, à época, já era nome reconhecido; a segunda dava seus primeiros passos na profissão.

Gilda e Célia tinham histórias pessoais “fora da curva”, mas escreviam para a classe média local, permeada por valores tradicionais, em acordo com os preceitos de sua época. No espaço que ocupavam, buscavam externar preocupações femininas – não feministas –, reforçando aquele que seria o lugar das mulheres.

Gilda Marinho, reconhecida como uma mulher moderna – não casou e não teve filhos, subvertendo a lógica da época –, acabou por expressar valores que vêm à tona com o crescimento da participação feminina no mercado de trabalho, como a inteligência e a realização profissional (critérios até então associados ao universo masculino). Conforme Jocelito Zalla, Gilda pode ser apontada ora como exceção ora

---

<sup>153</sup> Idem

<sup>154</sup> Ibidem, p. 625.

<sup>155</sup> Ibidem, p. 628.

como vanguarda de uma geração de mulheres que trabalham, estudam e despontam em atividades como normalmente só um homem faria, personificando um novo padrão de ser mulher.<sup>156</sup>

Ainda conforme Zalla, apesar de defender ideais como os direitos e conquistas das mulheres, Gilda Marinho expressou valores tradicionais em relação ao comportamento feminino. Reforçou a ideia de que caberia às mulheres o sucesso de seus casamentos, chegando a recomendar que acordassem mais cedo para “se arrumar, perfumar e higienizar corretamente” antes de despertar o marido. E, apesar de, em vários momentos, reivindicar à esposa os mesmos direitos do marido – como desfrutar de uma vida noturna –, a relação de subordinação da esposa continuava presente.<sup>157</sup>

Um breve olhar sobre o texto em que Gilda Marinho comenta a visita de João Goulart, então vice-presidente, ao lado de sua esposa aos Estados Unidos ajuda a delinear o que se esperava das mulheres, e como isso era reforçado no jornal – mesmo através do olhar de uma de suas jornalistas mais vanguardistas.

Gilda faz questão de listar todos os elogios que Maria Thereza recebera dos periódicos americanos em função de sua beleza. “Ela parece uma boneca” e “beleza jovem que conquista a todos” teriam sido frases utilizadas para descrevê-la:

Quase não fala inglês, mas seus grandes e expressivos olhos claros falam uma linguagem internacional de doçura e simpatia que a todos encanta. Com o seu belíssimo vestido de coquetel (feito em Porto Alegre por ‘Mary’), que assentava maravilhosamente à sua tez clara e seus cabelos de um castanho alourado, a sra. João Goulart exibiu um sorriso muito mais expressivo do que quaisquer palavras.<sup>158</sup>

Beleza e a simpatia, a bordo de um belíssimo vestido, pareciam ser suficientes para que Maria Thereza figurasse no espaço diplomático ao lado do marido:

É uma verdade que não sofre contestação o grande e precioso auxílio que representa na vida de um homem público a colaboração da esposa. Agora

---

<sup>156</sup> ZALLA, Jocelito. Uma mulher “tradicionalmente moderna”: relações de gênero na trajetória de Gilda Marinho. In: *Em tempo de Histórias-PPG/HIS UNB*, n.11. Brasília, 2007 p.13-24.

<sup>157</sup> Idem.

<sup>158</sup> *A Hora*, 22 de maio de 1956.

mesmo, através da imprensa mundial, temos acompanhado a trajetória triunfante que sr. João Goulart, vice-presidente da República do Brasil, vem fazendo por diversas cidades norte americanas. Todas as notícias são unânimes em acentuar a grande simpatia que a belíssima senhora Maria Thereza Goulart despertou por toda parte por onde andou o popular líder político brasileiro.<sup>159</sup>

Se Gilda Marinho já gozava de prestígio à época em que passou a integrar a equipe do jornal *A Hora*, Célia Ribeiro dava os primeiros passos na profissão como crítica de teatro. Deixava para trás a atuação nos palcos junto a nomes como Paulo José, Lilian Lemmertz e Lineu Dias, bem como o curso de Filosofia da UFRGS. Foi também em *A Hora*, que conheceu o jornalista Lauro Schirmer, que se tornaria seu marido.

Foi preciso encarar o preconceito para unir-se a Schirmer. Quando se conheceram, ele era desquitado. A impossibilidade da dissolução da união anterior fez com que a relação fosse mal vista, e Célia correu o risco de se tornar uma "má influências" às mulheres "bem casadas" ou às "moças de família", possíveis leitoras de seus textos. O "divórcio era considerado por muitos um veneno para a estabilidade social por enfraquecer a instituição familiar ou servir como porta de entrada para o amor livre."<sup>160</sup>

Com a saída de Gilda Marinho, Célia Ribeiro passou a assinar a coluna *Desfile*, ocupando o posto de colunista social. Descrevia os eventos sociais atenta a todos os detalhes, da decoração ao cardápio.

E como Rui se posicionava nesse cenário? Acabava por reforçar a ideia vigente de que a moda devia ser seguida pelas mulheres e que sua elegância era reconhecida pelos homens. Para isso, teve Ibrahim Sued como modelo.

## 2.4 A busca por um modelo e o papel de Ibrahim Sued

---

<sup>159</sup> Idem

<sup>160</sup> BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (org.) *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

Ibrahim Sued manteve sua coluna diária no jornal O Globo entre 1951 e 1995 e aparecia frequentemente no rádio e na televisão – participou, inclusive, do programa Fantástico. Sua coluna visava à "gente bem", como designava a elite frequentadora de festas, que promovia jantares e marcava presença na piscina do Copacabana Palace.

Nos anos 1950, sempre no mês de dezembro, o jornalista publicava a lista das dez mulheres mais elegantes do ano em sua coluna no jornal *O Globo* – em paralelo às fotografias coloridas que eram veiculadas na *Revista Manchete*.<sup>161</sup>

Como observa Elisabeth Murilho Silva, a análise de suas crônicas fornece pistas acerca do comportamento da elite e, de certa forma, serve como modelo a ser imitado por outras classes sociais. A lista das dez mais elegantes de Sued permite a identificação de padrões de autocontrole da sociedade da época. Funcionam como uma memória cotidiana das aparências, pois veiculavam ideias e imagens de uma performance pública:

A novidade trazida por Ibrahim Sued é colocar-se nos acontecimentos não como observador, como o repórter que às vezes era, mas como um ator, como alguém que participa das ações e conta suas próprias aventuras. Ao contrário dos demais jornalistas do gênero, que faziam estilo na exaltação dos retratados, Ibrahim constrói, ao longo do tempo, seu próprio prestígio, figurando ao lado de personalidades da política, da economia, do mundo artístico e da sociedade. Ao aparecer ao lado de personalidades como a Rainha Elizabeth da Inglaterra, sua posição já consolidada de árbitro da elegância e do gosto torna-se inquestionável. Ibrahim Sued coloca-se como um membro do grupo que narra aos seus leitores.<sup>162</sup>

As mulheres que aparecem na lista seguiam um perfil definido, “atendiam a um critério de elegância”. Apesar desse critério estar baseado na simplicidade, obedecendo à máxima de que “elegância não se compra”, todas vestiam-se com costureiros franceses, passavam temporadas em Paris e frequentavam o *jet set*. Até a década de 1960, apenas mulheres casadas eram apontadas.<sup>163</sup>

Em 1956, o jornal *A Hora* divulgou uma entrevista exclusiva com Ibrahim Sued, “o cronista mais comentado e discutido do país”. Rui atuou como repórter e foi

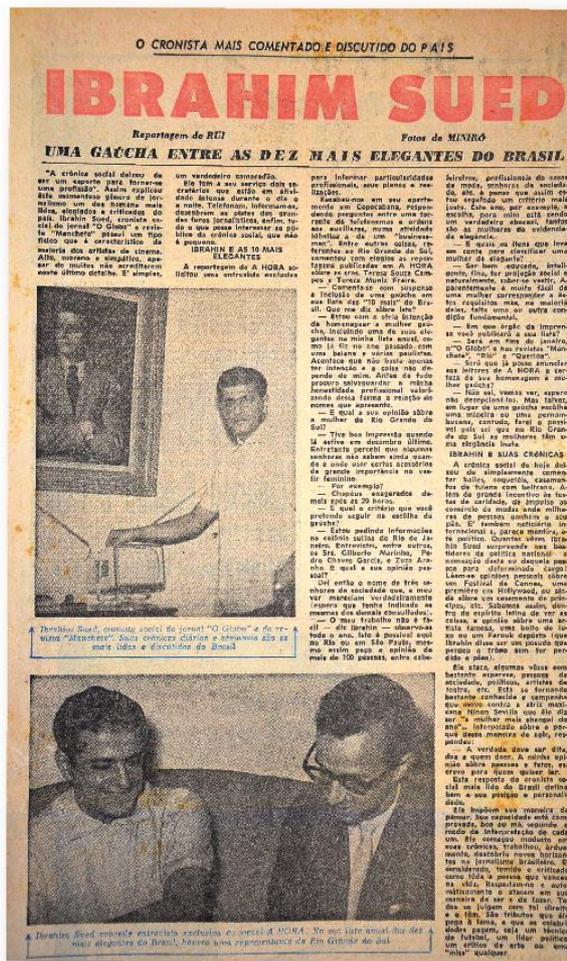
<sup>161</sup> SUED, Isabel. *Em sociedade tudo se sabe*. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.

<sup>162</sup> SILVA, Elisabeth Murilho. As dez mais elegantes: notas sobre a rigidez do comportamento feminino no Brasil dos anos dourados In: Anais do 10 Colóquio de Moda- 7 edição internacional, *1 Congresso de Iniciação Científica em Design de Moda*, 2014.

<sup>163</sup> Idem.

recebido pelo jornalista “em seu apartamento em Copacabana, respondendo a perguntas entre uma torrente de telefonemas e ordens de auxiliares”. As fotografias, creditadas a Miniró, reforçam o tipo de Sued: cabelos desgrenhados e camisa de mangas curtas em cor clara contrastavam com o estilo quase solene de Rui, que se apresentava de terno, gravata e óculos de armação grossa.<sup>164</sup> (Figura 26.)

Figura 26 - Rui entrevista Ibrahim Sued para o jornal A Hora, 1956.



Fonte: A Hora.

A entrevista girou em torno da famosa coluna onde Sued apontava “As 10 mais elegantes do Brasil”, pois haveria suspense sobre a possibilidade de uma gaúcha ser incluída na lista anual. Ao ser perguntado sobre as mulheres do Rio Grande do Sul, o

<sup>164</sup> Jornal A Hora, outubro de 1956.

cronista diz ter tido boa impressão ao visitar o Estado, porém acrescenta: “algumas senhoras não sabem como e onde usar certos acessórios de grande importância no vestir feminino”, como chapéus exagerados, após as 20h.

Sued disse ainda que seu trabalho não era fácil, pois mesmo contando com a opinião de mais de 100 conselheiros – entre modistas, cabeleireiros e “senhoras da sociedade” –, via-se cercado por mulheres de “evidenciada elegância”. Rui insistiu em saber o que classificava uma mulher como elegante, ao que Ibrahim Sued respondeu: “ser bem educada, inteligente, fina, ter projeção social e, naturalmente, saber se vestir. Aparentemente é muito fácil de uma mulher corresponder a estes requisitos mas, na maioria delas, falta uma ou outra condição fundamental.”<sup>165</sup>

E o texto segue, chamando a atenção para o estilo de Ibrahim, que fez da coluna social um espaço para além dos comentários sobre bailes e casamentos: “É também noticiário internacional e, parece mentira, até político. Quantas vezes Ibrahim Sued surpreende nos bastidores da política a nomeação desta ou daquela pessoa para determinado cargo!”<sup>166</sup>

De fato, após a entrevista no concorrido apartamento em Copacabana, no mês de setembro, ao anunciar as debutantes, Rui informou que em dezembro do mesmo divulgaria uma lista apontando as dez senhoras consideradas as mais elegantes do Rio Grande do Sul. A dinâmica seria a seguinte: “vinte e cinco pessoas entre jornalistas, decoradores, cronistas sociais, profissionais de institutos de beleza, pelarias e lojas” dariam por escrito a sua opinião e as mais votadas seriam reconhecidas.

Rui passou a promover uma lista de elegantes, que eram entrevistadas e fotografadas, muitas vezes mostrando suas casas e exibindo suas peças preferidas do guarda-roupa. Aos poucos, “O que há de novo” parece ter se firmado como o espaço de Rui no jornal.

A coluna passou a aparecer, com frequência, ao lado de *Instantâneo*, na mesma página da história em quadrinhos *O coração de Julieta* e do horóscopo. Não raro, a coluna dividia espaço com receitas culinárias e a programação do cinema. Ainda com seus desenhos, ilustrava encontros com as elegantes nas mais diversas situações,

---

<sup>165</sup> Idem

<sup>166</sup> Ibidem

indicando “o que Porto Alegre viu a semana passada”, o que também sugere uma organização quanto à periodicidade da coluna. (Figura 27)

Figura 27 - "O que há de novo por Rui", Jornal A Hora, 1956.



Fonte: A Hora.

Ao seguir o modelo de Ibrahim Sued, além de reforçar o modelo feminino da época que, conforme Carla Bassanezi, promovia o casamento, a maternidade e a dedicação ao lar como um destino natural e incontestável, também reforçava gostos e hábitos.

Bassanezi, sobre os anos 1950 – ou Anos Dourados–afirma:

A vocação prioritária para a maternidade e a vida doméstica seriam marcas de feminilidade, enquanto a iniciativa, a participação do mercado de trabalho, a força e o espírito de aventura definiriam a masculinidade. A mulher que não seguisse seus caminhos, estaria indo contra a natureza, não poderia ser realmente feliz ou fazer com que outras pessoas fossem felizes.

Assim, desde criança, a menina deveria ser educada para ser boa mãe e dona de casa exemplar.<sup>167</sup>

Nesse sentido, as elegantes apontadas por Rui eram geralmente casadas, sempre apresentadas em referência ao nome de seus maridos. A maternidade e características como “simpatia” e “simplicidade” também eram exaltadas. O lar é apresentado através de ambientes refinados, onde móveis e objetos de decoração também aparecem como protagonistas.

Para Pierre Bourdieu, essa ideia de refinamento se articula dentro de um processo de distinção social, onde a noção de gosto é, portanto, socialmente construída e associada a determinada classe ou grupo. Para Bourdieu, tal processo gera uma dialética:

Uma classe possui uma determinada propriedade, a outra a alcança, e assim por diante. Esta dialética da concorrência implica numa corrida em direção ao mesmo objetivo e no reconhecimento implícito deste objetivo. A pretensão já sai derrotada, pois, por definição, ela se submete ao objetivo da corrida, aceitando ao mesmo tempo a desvantagem que se esforça por superar.<sup>168</sup>

Para Diana Crane, a teoria de reprodução de classes e gostos culturais de Bourdieu ajuda a compreender a complexidade das estruturas sociais:

Dentro das classes sociais, os indivíduos competem por distinção social e capital cultural com base em sua capacidade de julgar a adequação de produtos culturais segundo padrões de gosto e maneiras alicerçados na ideia de classe. As práticas culturais que incluem tanto conhecimento da cultura quanto capacidade crítica para avaliá-la e apreciá-la, são adquiridas na infância, no seio da família ou no sistema educacional, e contribuem para a reprodução do sistema de classes existente.<sup>169</sup>

Dessa forma, as colunas de Rui, ao tratar do gosto das mulheres que ocupam uma posição social destacada, funcionam como uma forma de reconhecimento – em

<sup>167</sup> BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (org.) *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 638.

<sup>168</sup> BOURDIEU, Pierre. Alta-costura e alta-cultura. In: *Questões de Sociologia*. Trad. Jeni Vaitsman, Rio de Janeiro, ed, Marco Zero, 1983. p. 158.

<sup>169</sup> CRANE, Diana. *A moda e seu papel social, classe gênero e identidade das roupas*. Trad. Cristina Coimbra. São Paulo: Ed. Senac, 2009. P. 33.

um processo de competição por distinção, mas também têm certo caráter pedagógico, pois sugerem que aquele é um estilo de vida passível de ser apreciado ou imitado.

Rui, quando entrevista Marília – apresentada como Sra. Dr. Paulo Agrifoglio – por exemplo, a fotografa em sua casa, “num puro estilo colonial, com móveis autênticos e peças de museu da época de D.Pedro.” Educada no Sacre Coeur, fluente em francês e mãe de três filhos, no vestir é “discreta mas de classe, seu porte altivo, simplicidade e simpatia são dignas do grupo de senhoras que representam a elegância da mulher do Rio Grande do Sul.”<sup>170</sup>

Já a Sra. Paulo Agrifoglio vê na moda “uma fonte de distração”, prefere o estilo esporte, que ilustra ao posar de “eslaque cinza chumbo e suéter preto, o traje típico da elegância esportiva. Não é adepta a grandes mudanças no guarda-roupa: “a única mudança que faço com a moda, aliás adoro fazê-las, é mudar a cor dos cabelos, buscando saber tudo o que há de novo no que se refere a penteados.”<sup>171</sup>

Nesses discursos, a moda – ou a composição de uma imagem pessoal elegante – passa por um gosto discreto, “de classe”, em que excentricidades ou distrações, assim como “grandes mudanças”, poderiam representar a fuga de um padrão estabelecido. Com observa Bassanezi, de acordo com esse padrão, uma mulher casada não deveria “ser muito vaidosa ou chamar a atenção, ao contrário, esperava-se que uma mulher casada se vestisse com sobriedade e não provocasse ciúmes no marido”.<sup>172</sup>

Loris – a Sra. Elias Bothomé –, descendente de libaneses, “reflete na sua vida cotidiana diversos costumes vindos do extremo Oriente: na sua casa, os móveis, a coleção de bibelôs de marfim e mil e um detalhes dão a impressão de estar-se no país longínquo de seus antepassados”. Mãe de dois filhos, Loris se define como uma mulher para o lar que, “quando é possível” desfruta ao máximo o prazer de viajar e conhecer o mundo.<sup>173</sup> (Figura 28)

---

<sup>170</sup> Jornal *A Hora*, 1957.

<sup>171</sup> Idem.

<sup>172</sup> BASSANEZI, Op. Cit. p, 628.

<sup>173</sup> Jornal *A Hora*, 1957.

Figura 28 - Rui apresenta a Sra. Elias (Loris) Bothomé



Fonte: A Hora.

As viagens também estão entre as preferências de Tereza Muniz Freire: “o de que eu realmente gosto é viajar e o faço sempre que possível; no mais, minha vida se resume em minha família”. Eleita na seleta lista das 10 mais elegantes do Brasil de Ibrahim Sued, Tereza é conhecida por sua coleção de óculos, é vestida pela mesma modista desde criança e, apesar das viagens, é assertiva nas escolhas do guarda-roupa: “você sabe, meu marido é funcionário do Banco do Brasil e não podemos fazer

grandes despesas, ainda mais nas grandes casas de Paris onde eles imaginam que todo o sul-americano seja milionário.”<sup>174</sup>

Ser econômica, administrar o orçamento doméstico e não confrontar o marido em questões que envolvessem dinheiro seriam também, ainda conforme Bassanezi, uma das posturas fundamentais para “evitar desentendimentos no lar”. Já as viagens “para conhecer o mundo” seriam uma forma de contato com outras culturas, cujos *souvenirs* se integrariam à decoração da casa – também se inserem em um gosto de classe ou seja, como possibilidade restrita à classe abastada.

Difundidos no jornal, tais gostos (e hábitos), ao mesmo tempo em que são reconhecidos também podem ser aprendidos; passam a ser aspirados, inserindo-se na dialética da distinção proposta por Bourdieu. Nesse sentido, tantos os estilos de vida quanto a difusão de um determinado papel feminino – que os textos de Rui passam a corroborar – mostram-se como construções, marcas que produzem e mantêm fronteiras sociais.

## 2.5 Os Manuais de estilo dos anos 90

O estilo, ao contrário da moda, como sugere Daniela Hinerasky, tem a ver com um modo constante de viver – o que inclui o vestir. Estilo está associado a algo regular, permanente. O termo, originado no século XVIII, tornou-se sinônimo de um conjunto de elementos que caracterizam expressão, época ou maneira particular de agir – sendo empregado na moda, na arquitetura e na decoração.

Relacionada à moda, a discussão acerca do estilo conduz à noção de identidade ou lógica de identificação. Apesar de associado a uma marca pessoal, é possível fazer uma analogia entre estilo e coletividade. A partir das décadas de 1960 e 1970, essas noções contribuem para entender “os agrupamentos vestimentários contemporâneos e seus vínculos de reconhecimento e aglutinação entre os pares”.<sup>175</sup>

---

<sup>174</sup> Jornal *A Hora*, outubro de 1956.

<sup>175</sup> Idem.

Como observa Dominique Veillon, a partir dos anos 1960 a moda plural (ou “moda aberta”) torna-se “um modo de vida e encontra sua realização em uma valorização de ser, em que a liberdade e o bem estar são vencedores.”<sup>176</sup> Nesse sentido, o comportamento se sobrepõe à moda no seu sentido puramente estético – reguladora de gostos e formas. Ainda conforme a autora, a partir de 1970, o individualismo triunfa: “assiste-se a uma valorização do corpo, na qual cada um é livre para se vestir e que deve relacionar-se com a evolução dos costumes.”<sup>177</sup>

A partir dos anos 1990, como sugere Ted Polhemus, passamos a viver “em um supermercado de estilos onde, como latas de sopas enfileiradas em prateleiras intermináveis, podemos escolher entre mais de cinquenta tribos de estilo”.<sup>178</sup> A década também marca o surgimento de uma série de publicações denominadas manuais de estilo. De maneira ampla, buscavam delimitar orientações sobre etiqueta, organização do guarda-roupa adequado (considerando não apenas a moda, mas também tipos físicos) e apresentavam o ponto de vista de seus autores sobre questões como gosto e elegância. Mostravam-se úteis na busca pela tão cobiçada imagem elegante.

Porém, apesar de se voltar para as questões do indivíduo, sua originalidade e o “sentir-se mais à vontade no mundo”, e de ter uma linguagem simples, com tom informal, os textos dos manuais dos anos 1990 ainda propunham padrões rígidos, especialmente quanto ao corpo das mulheres. Modelos de comportamento, com “pode e não pode”, bem como a presença constante de verbos no imperativo são passíveis de serem relacionados a um discurso de civilidade, compreendida como experiência histórica e contingencialmente construída, que representa um esforço de codificação e controle de comportamentos.

Entre os textos mais conhecidos do gênero está *Chic: uma guia básico de moda e estilo*, publicado em 1997 e voltado ao público feminino. A autora, jornalista Gloria Kalil, apresenta tipos de corpos, de cabelos, sugestões de roupas para o trabalho, o

---

<sup>176</sup> VEILLON, Dominique. Corpo, beleza, moda e modos de vida: do agradar ao prazer através das revistas femininas (1958-1975) Trad. Michel Guy Abes. In: *Revista Modapalavra*, UDESC v.2/n.3 p. 124-132, p. 124.

<sup>177</sup> Idem.

<sup>178</sup> POLHEMUS, Ted. No supermercado do estilo. Trad. Marcelo Garson e Ana Claudia L. F. Lopes. *Revista Contraponto*. PPG- Comunicação UFF. v.25, n.2, 2016, p.7-12.

lazer e diferentes situações sociais, comprometida em ajudar sua leitora a “sentir-se mais bonita, mais segura e mais à vontade no mundo”.<sup>179</sup>

Seguindo o caminho aberto por Kalil, em 1999 a empresária e consultora Costanza Pascolato lançou *O Essencial, o que você precisa saber para viver com mais estilo*. Na obra, buscou desvendar os segredos de uma postura adequada e elegante, associando o estilo pessoal à identidade: “o estilo será a expressão do seu caráter, a sua atitude para transformar a mesmice e a banalidade da existência em obra original, engraçada, interativa e em constante andamento”.<sup>180</sup>

Deve-se incluir nesta lista *Na sala com Danuza*, publicado em 1992 por Danuza Leão – que atuou como jornalista, escritora e modelo. Nas palavras da autora, ela escreveu sobre “delicadas delícias de uma gramática comportamental destilada após anos de filosofia e bobagens {...} as barbaridades que não aguentava mais ficar calada”. Sua visão sobre como se comportar em determinadas situações mirava no uso do telefone, no cigarro, no dinheiro, no banheiro e na beleza: “evite ser sempre muito original na maneira de se vestir. Mas de vez em quando – ah, de vez em quando – extrapole e seja mais do que original. Seja francamente extravagante. Não se preocupe com a moda. Mas seja obsessiva com a elegância.”<sup>181</sup>

Também Célia Ribeiro, colega de Rui no jornal *A Hora*, em 1993 lançou *Boas maneiras e sucessos nos negócios*. Apesar de o objetivo estar bastante claro no título, ao falar sobre imagem pessoal, considera:

Vestir-se seria um ato totalmente livre não fossem as limitações econômicas e as influências culturais, das quais a moda é muito importante. Esta, no entanto, perdeu o radicalismo e o novo milênio lhe confere uma gramática sem regras rígidas, em que o denominador comum é o equilíbrio fortalecido pelo estilo pessoal. A moda é efêmera, passa, os estilos permanecem e haverá sempre pessoas clássicas, sexy, românticas e vanguardistas selecionando o guarda-roupa de acordo com o seu perfil psicológico.<sup>182</sup>

<sup>179</sup> KALIL, Gloria. *Chic, um guia básico de moda e estilo*. São Paulo : Senac, , 1997.

<sup>180</sup> PASCOLATO, Constanza. *O Essencial, o que você precisa saber para viver com mais estilo*. São Paulo: Objetiva, 199 p. 35.

<sup>181</sup> LEÃO, Danuza. *Na sala com Danuza*. São Paulo: Siciliano, 1993, p. 72.

<sup>182</sup> RIBEIRO, Celia. *Boas maneiras e sucesso nos negócios*. Porto Alegre: L&PM, 1993, p. 93.

Cabe citar ainda *O Homem Casual, a roupa do novo século*, do jornalista Fernando de Barros, publicado em 1998. Desdobramento da sua atuação como editor de moda da revista Playboy, tinha o objetivo de mostrar como incorporar a imagem do homem contemporâneo dentro do estilo casual. A partir do que o autor chama de “regras elementares”, foi feito para ajudar “a formar um estilo pessoal, em que as regras da elegância ficam combinadas ao gosto de vestir de cada um”.<sup>183</sup>

Em resumo, os manuais de estilo acabavam por funcionar como “roteiro seguro para se atingir um estilo pessoal.” Ao mesmo tempo, marcaram o início de um período em que o desejo de expressão por meio do vestir ganhou força. Ligados à ideia de uma diferenciação subjetiva, começaram a se fazer presentes nos discursos, imagens, estratégias e referências criativas do universo da moda.<sup>184</sup>

## 2.6 Uma coluna no jornal *Correio do Povo*

A última colaboração de Rui em *A Hora* e a sua primeira coluna para o jornal *Correio do Povo* contam com um intervalo de quase quarenta anos. Nesse período, Rui ganhou visibilidade nacional e consolidou uma clientela interna, tornando-se referência no Rio Grande do Sul. A moda no Brasil também passou por um processo de transformação, que será analisado no próximo capítulo.

Mas, sobre a moda feita no Brasil na década de 1990, já é válido dizer que foi marcada pela abertura econômica, que facilitou a entrada de produtos importados no país. Como observou Nizia Villaça: “o Brasil começa a tornar-se objeto de exportação e, progressivamente, instala-se o ir e vir do nacional e do estrangeiro no campo da moda”<sup>185</sup>. Novas formas de consumir dão novo impulso às dinâmicas de distinção e pretensão, seguindo o modelo sugerido por Pierre Bourdieu.

A Porto Alegre dessa época, de certa forma, vivia ainda a efervescência cultural dos anos 1980, embalada pelos sucessos do “Rock Grande do Sul” e pelas festas no bar

---

<sup>183</sup> BARROS, Fernando. *O Homem Casual, a roupa do novo século*. São Paulo: Mandarin, 1998.

<sup>184</sup> MESQUITA, Cristiane. *Moda contemporânea, quatro ou cinco conexões possíveis*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

<sup>185</sup> VILLAÇA, Nízia. Brasil: da identidade à marca. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, no.33, agosto de 2007. p. 61-65.

Ocidente.<sup>186</sup> Na moda, surgem nomes comprometidos com o autoral, que poderiam estar pouco interessados nas discussões acerca do (bom) gosto.

A jornalista Tânia Carvalho rememora, por exemplo, a loja “Lixo”, que ficava na Avenida Independência e onde era possível “comprar roupas jeans e jaquetas que vinham até do Vietnã”. O centro da cidade deixou de ser alvo dos endereços refinados; o shopping Iguatemi, inaugurado em 1983, assim como o shopping Praia de Belas, de 1991, sinalizaram essa transformação.<sup>187</sup>

O fazer moda deixou de ser um privilégio de poucos, e aqueles que se dedicavam a ela passaram a ser celebrados e reconhecidos. Dois bons exemplos disso: em 1994, o jornal Zero Hora organizou uma exposição voltada para a moda. Mary Steigleder apareceu ao lado de Zuzu Angel, representando “mulheres que chegaram ao sucesso com a moda”.<sup>188</sup> No mesmo ano, a Prefeitura de Porto Alegre promoveu um evento com fabricantes locais de moda, que contou com um desfile caracterizando a evolução da moda na cidade. Nesse evento, foram exibidos modelos de Rui de várias épocas, incluindo um “vestido de vanguarda em crepe cereja” feito naquele ano.<sup>189</sup>

O retorno de Rui ao jornal, na segunda metade dos anos 1990, marcou uma fase em que já gozava de prestígio, reconhecimento e projeção nacional. Atuante junto às elites do Rio Grande do Sul, tornou-se referência no que iria chamar de “grandes vestidos”, necessários a eventos de importância social e familiar, como casamentos e bailes de debutantes.

Em 1996, passou a assinar a coluna da edição dominical do jornal *Correio do Povo*, veículo ao qual permaneceu ligado por mais de duas décadas. Adquirido pelo empresário Renato Bastos Ribeiro em 1986, o *Correio do Povo* deixou de ser comandado pela família Caldas Junior. Sob o comando de Bastos Ribeiro, o jornal

---

<sup>186</sup> Sobre esse período, ver: POMAR, Guilherme Hampe. “I am a universe”, contracultura e boemia no Bom Fim (1967-1989) *Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História)*. UFRGS, 2018 ou ainda SUMAN, Katia. Cadernos da Ipanema - foi o que deu para fazer em termos de memória. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Letras, UFRGS, 2018.

<sup>187</sup> Entrevista concedida em dezembro de 2017.

<sup>188</sup> A referida exposição, organizada por Célia Ribeiro comemorou os 30 anos do jornal *Zero Hora* e sua relação com a moda. O evento será retomado nos próximos capítulos.

<sup>189</sup> O evento da Prefeitura de Porto Alegre, chamado USIMODA, foi organizado por Viviane Gil e também será tratado nos capítulos a seguir. Em entrevista, Gil comentou detalhes do evento em dezembro de 2017.

passou a ter formato tablóide, o que tornou seu custo mais acessível, ampliando sua circulação. Em 1996, passou a ser impresso simultaneamente em parques gráficos de Porto Alegre e também do interior do estado (nas cidades de Carazinho e São Sepé), sendo distribuído para todo o Rio Grande do Sul, para o oeste e o litoral de Santa Catarina e oeste do Paraná.<sup>190</sup>

Se a proposta do *Correio do Povo* era tornar-se mais acessível e popular, por outro lado, o jornal *Zero Hora*—seu principal concorrente—passou a veicular, em 1993, o *Donna*, um caderno especial com “reportagens, entrevistas e artigos voltados especialmente para as mulheres”, onde assuntos como maternidade, sexualidade e vida profissional eram alvo, assim como a moda. Uma das capas da edição de 1994, por exemplo, discutia o uso da camisinha, aconselhando: “seja prática e moderna: se algum homem se nega a usar camisinha, certamente ele não serve para você”.<sup>191</sup>

Na estreia de sua coluna *Moda, estilo e comportamento*, em setembro de 1996, Rui se comprometeu a escrever sobre

novidades e acontecimentos; sucessos nacionais e internacionais da moda – procurando esclarecer dúvidas e necessidades do momento social. Como estar vestida com segurança para esta ou aquela ocasião [...] Regras de etiqueta: como quando, onde. Enfim, tudo o que possa interessar nesse mundo da moda, pleno de magia, que fascina a todos nós, mesmo os mais desligados do assunto, que se perguntam diariamente: "o que vou vestir hoje" – para estar o melhor possível.<sup>192</sup>

Ocupando o espaço de variedades, a coluna ocupava a página inteira e subdividia-se em tópicos – entre eles, dicas, um glossário, a seção “gostei...” (composta por notas diversas) e seus já conhecidos desenhos. (Figura 29).

<sup>190</sup> *DICIONÁRIO FGV*. [s.l.] : Fundação Getúlio Vargas, 2018. Disponível em: < <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/correio-do-povo> >. Acesso em novembro de 2018.

<sup>191</sup> ZERO HORA, 24 de julho de 1994, *Donna*.

<sup>192</sup> *Jornal Correio do Povo*, 06 de outubro de 1996.

Figura 29 - Primeira coluna de Rio Spohr para o jornal Correio do Povo, 1996.

VARIEDADES DOMINGO, 6 de outubro de 1996 — 19

---

**MODA, ESTILO E COMPORTAMENTO** Rui Spohr

**A** frase de Gianni Versace, numa entrevista da revista "Interview", outubro: "Nos ombros de cada pessoa está a liberdade para ter o seu próprio estilo. Em moda, como na vida, você tem que pensar que a chave está na sua imaginação e capacidade de aprender. Deixe você ser sua própria arte. Grite por qualidade e em todas as coisas que você fizer passe a ferro todos os vícios. Nunca tenha medo de chocar seus críticos. Contradiga você mesmo."

Para aquelas que sabem, podem e querem comprar sem recorrer às liquidações das liquidações, dos *out-let* - venda direta das fábricas - os novos endereços quentes da moda em Nova Iorque: na Madison Av, a nova casa de Calvin Klein, diversos andares desta etiqueta de roupas básicas e jovens; na mesma rua, a loja de Gianni Versace, onde no restaurante pode-se comer uma massa gostosa entre 10 e 15 dólares e sentado ver tudo o movimento de entra e sai.

Procurar visitar e comprar ao menos o novo perfume "Chaos", na loja de Donna Karan. O nome tem a ver com o caos da mulher que trabalha, tem marido e filhos. Com frasco desenhado por seu marido, o escultor Sthephan Weiss e inspirado nos cristais que Donna usa em sua atual fase esotérica. Sob o conceito cósmico de caos ela diz: "No centro do caos está a calma e no meio da calma está o caos". Segundo ela "a intenção é fazer deste perfume um antídoto para o caos do cotidiano". Bom, não ?? Apesar de confuso, é o novo marketing de fazer *griffe* conceitual.

**GLOSSÁRIO**

**Foulard** (Francês). Pronuncia-se "foi-iar". Para ele lenço de seda geralmente estampado, miúdo e discreto, usado em torno do pescoço com camisa desabotoada, suéter, versão esportiva elegante da gravata. Voltou à moda, foi, nos grandes anos 40/50, usado por artistas de Hollywood.

**Dejá vu** (Francês). Pronuncia-se "dejá-vi". Já visto, conhecido. Nada de novo.

**Dentelle** (Francês). Pronuncia-se igual. Rendas em geral.

**DICAS**

Está certo que o pretinho seco, liso, bem feito, de qualidade, resiste por muito tempo a uma série de chuvas e trovoadas sociais; se causou do preto ou para intercalar, pense na possibilidade de um verde-limão, não encarnado, discreto, bonito decote e jogue com acessórios. Um bege rosado para senhoras, lindo, e assim com dois ou três, você sempre irá a todas as festas convidadas. Cabelo e sapatos devem ser da estação ou mais modernos possíveis. Va firme que estará linda, com certeza.

Cuidado quando você for fazer compras em Miami e Nova Iorque com a ilusão de, além do barato das liquidações das liquidações, pensando ter algo exclusivo, inédito. Desista ou compre só pelo barato. Muitas "griffes" aqui já desfilaram suas "criações" com modelos "exclusivos" identificados e identitros a pessoas vestidas na praia. O preço, 2 vezes maior que a liquidação da liquidação, porque era exclusividade, pois, pois...

O que realmente é bom, bonito, moderno, custa aproximadamente o mesmo preço: é internacional. Logicamente, se você comprar um tulleter, por exemplo, numa grande loja ou boutique da Madison ou 57 Street e outras, você paga mais. Além do endereço de alto astral onde tudo é bonito, você tem a mordomia de encurtar manga, fazer bainha da saia, uma linda costurageira, o que deve custar mais dinheiro e, se você está desfrutando tudo isto, pague com gosto, pois "mais vale um gosto que seis vitórias".

**GOSTEI**

... de ver um belo ambiente decorado com móveis de vime, tapetes persas, dois menores usados como pseudocortinas e belas pinturas a óleo, tudo da Tidel. Da bela iluminação de M.Chaves e as peças de cerâmica de Nicolas Bublitz. Tudo lindo e harmonioso.

... de fazer uma palestra para as secretárias na AICI (Associação Comercial Industrial de Novo Hamburgo), que foi gratificante e movimentada.

... de reunir todos os integrantes na realização do meu próximo catálogo. 1.200 fotos e centenas de metros de vídeo, onde sai um excelente "clip" da Lumière, lançamento logo para jornalistas e convidadas especiais.

... de me sentir muito triste, com dezenas de parentes, amigos, na cerimônia fúnebre de Marcus Arregui Noronha, esta pessoa excepcional, muito gente e grande profissional - uma grande perda. A tristeza consola e nos faz sentir o quanto gostávamos de alguém que não mereamos mais - uma dor que faz bem.

... da belíssima exposição de Vitorio Gheno, no Mediterraneo Espaço Arte, na Quilina, 960. Não percam o extraordinário estilo de Gheno traduzido em manchas coloridas representando grandes conjuntos de flores e casarios.

**O QUE ELAS VESTIRAM NESTE FIM DE SEMANA...**

01. **Fernanda Dali Massi Bernardi**. Vestido gazar seda pura. Bordados em linhas e contos rosa, salmão, ouro, marfim, branco. Faixa cetim drapeado, rosa-salmão.

02. **Maria Virginia Bernardi**. Vestido cetim preto, bordado em pedras pretas, grafite, prata, castola. musseline seda pura verde-maçã.



Fonte: *Correio do Povo*.

Em seu livro, Rui explica que passou a colaborar como o *Correio do Povo* após uma temporada bem sucedida na rádio Guaíba, onde dava dicas de moda. Ele mesmo atribui a esse período o surgimento do jargão "O Rui disse", querendo afirmar sua autoridade. Ou seja, Rui vivia o seu apogeu e tinha consciência disso.<sup>193</sup>

Outro fato curioso é que, apesar de contratado pelo jornal concorrente, Rui foi um dos recordistas de capa do *Donna*: sua imagem apareceu na capa de três edições – em uma delas, acompanhado da esposa, Dóris Spohr. Seu nome passou a ser

<sup>193</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias Alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.160.

associado à tradição e, de certa forma, tornou-se uma personalidade da moda local, uma referência, acima de qualquer concorrência.<sup>194</sup>

Retomando-se mais uma vez os conceitos de Pierre Bourdieu, Rui posiciona-se definitivamente *à droite* no campo da moda. Suas estratégias passam a ser de conservação, “onde os antigos têm por objetivo obter lucro do capital progressivamente acumulado”. Rui passa a “fazer o jogo”, como se pode ler em uma crítica a um desfile, publicada em sua coluna, em 1997:

Na última Fenit, estilistas, jovens emergentes—assim como anteriormente em outros desfiles sob o patrocínio de grandes empresas—apresentaram propostas grotescas, agressivas. E viram notícias por que as chamadas comentaristas de moda, com receio de serem rotuladas de caretas, aplaudem e consagram uma apresentação de moda que virou sinônimo de circo dos horrores com requintes sadomasoquistas, um hino ao *kitsch*, ao cafona, à vulgaridade naquilo que deveria ser uma apresentação de orientação ao consumidor. Deveria, mas termina não sendo. [...] Penso no que estes cronistas de moda aplaudem. Nós que formamos o grande público devemos nos orgulhar de sermos caretas. No caso, somos gente que não está louca, mas consciente: a verdadeira vanguarda quer queiram ou não os jovens vanguardistas.<sup>195</sup>

O juízo de gosto promovido por Rui, que tem como alvo jovens estilistas emergentes, adota um discurso conservador, vago e pomposo, do inefável “isto é obvio”, na intenção de seguir em seu posto – e assim mantê-lo. Ao associar o *kitsch* ao cafona e ao vulgar, parece também posicionar-se como formador de um grande público, o que lhe daria o direito de ser julgado como careta. A verdadeira vanguarda parece mais algo que precisa ser aprendido para ser apreciado, o que poderia estar ligado a atividade quase pedagógica que passa a desenvolver através dos assuntos tratados na nova coluna.

<sup>194</sup> Rui como recordista de capas do caderno foi assunto na matéria que celebra os seus 25 anos. Ver ZERO HORA, 13 de maio de 2018. Donna 25 anos: as capas e os temas mais marcantes da Revista desde 1993, ano a ano. Disponível em: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/noticia/2018/05/donna-25-anos-as-capas-e-os-temas-mais-marcantes-da-revista-desde-1993-ano-a-ano-cjpijq0uc006a8icnuldynbg.html> >. acesso em: 26 de fev. 2019.

<sup>195</sup> Jornal *Correio do Povo*, 29 de junho de 1997.

### 2.6.1 "Invasão do *made in China* via Nova York e Miami"

Em 1996, no caderno feminino do jornal Zero Hora, o *Donna*, a jornalista Mariana Kalil falou sobre a “Paixão por grifes” que passou a acometer as porto-alegrenses. Constatou:

Tem gente que paga US\$ 1 mil por um vestidinho, usa uma só vez e nunca mais o tira do armário. Tem gente que gosta tanto de bolsa que é capaz de gastar todo o conteúdo de uma delas para montar uma coleção de 150 e ainda achar pouco. É gente que gasta dinheiro em grifes internacionais por acreditar que, dentro de uma calça Donna Karan, a vida é bem mais sedutora e charmosa, que gosta de criações de costureiros renomados, de roupas e acessórios que tenham qualidade e proporcionem status. Coisas que, para elas, só é possível encontrar nas prateleiras de lojas do Exterior.<sup>196</sup>

Em linhas gerais, a reportagem de Kalil – que apresentou o perfil de três mulheres, de idades e gostos diferentes – gira em torno das compras feitas no exterior, que, apesar de privilegiar grifes renomadas, saem mais “em conta” do que as coleções brasileiras, como argumenta uma das entrevistadas:

As coleções brasileiras são fantásticas, admite M., mas os preços baixos no Exterior fazem com que a tentação de consumir durante as viagens seja irresistível: ‘Tenho um lucro de 200% comprando minhas roupas em Nova York’, revela. M. diz que ao retornar das viagens sente-se agredida com os preços cobrados nas lojas brasileiras. ‘Fico revoltada, acho uma afronta à minha inteligência.’<sup>197</sup>

Ao admitir o “lucro” nas compras durante a viagem, mostra-se responsável pelos próprios gastos. Todas as três entrevistadas indicam o próprio trabalho como fonte de renda; marido e filhos são assuntos que passam ao largo do texto. O texto de Kalil denuncia também um novo hábito, o das viagens internacionais, assim como um destino de preferência: Nova York.

F.B., a entrevistada mais jovem, faz pouco caso do preço, mostrando-se mais atenta à grife: “Nem me lembro quanto paguei por esse Versace”, diz F.B., 22 anos, referindo-se a um vestido que comprou na loja do estilista italiano. “Só sei que foi

<sup>196</sup> KALIL, Mariana, Paixão por grifes. DONNA ZH 10 de novembro de 1996.

<sup>197</sup> Idem.

caro”. Fernanda não esconde sua paixão por roupas, "principalmente se tiverem um nome conceituado na etiqueta".<sup>198</sup> Gianni Versace, à época, vivia seu apogeu e privilegiava um estilo sensual e ousado, com cores vibrantes e detalhes dourados – que em nada lembram a elegância discreta seguida pelas mulheres dos anos 1950.

O perfil que acaba de ser traçado ajuda a identificar o que será conhecido como "emergente" – um equivalente ao *nouveau riche*, porém, no contexto nacional. Segundo Constanza Pascolato, a mulher emergente criou um estilo próprio: “É a mulher que gosta de se enfeitar e tem dinheiro para isso. Infelizmente peca pelo excesso – e jamais estará no padrão do chique, do elegante”, de maneira geral, representa o novo poder, o novo dinheiro. À “emergente” se opõe a “clássica”, aquela que:

mais do que qualquer moda segue um estilo, sem perder as referências contemporâneas, é claro. [...] Qualidade é o que ela procura. E acha. Não importa onde: Paris, Nova York, Milão [...] Discreta, parece que a clássica anda num pedestal. E pode ter certeza: não cairá jamais.<sup>199</sup>

No duelo entre emergente *versus* clássica, proposto por Pascolato, a segunda vence, ocupando a liderança nessa hierarquia de estilos – que podem ser cuidadosamente estudados e construídos, se for seguido o manual. O universo de viagens e de escolhas de “qualidade” parece atualizar o velho modelo, proposto por Ibrahim Sued: uma elegância baseada na simplicidade, que não se compra e nem se se ostenta.

Alexandre Bergamo sugere que, no discurso de Pascolato, o estilo aparece como um indicativo de pertença, indissociável de um contexto social:

O detalhe mais importante de todos é que o indivíduo nunca fala de si, mas do contexto social a que pertence. A descrição do indivíduo é a descrição de seu ambiente social. Ou seja, o discurso, tanto quanto a roupa ou o próprio indivíduo, traduz sempre um ato de remissão a uma determinada concepção de ordem social, e é sempre a ela que se faz referência, é sempre ela que

---

<sup>198</sup> Ibidem.

<sup>199</sup> PASCOLATO, Constanza. O essencial, São Paulo: Ed. Objetiva, 1999, p. 192.

orienta não apenas a forma de pensar o mundo, mas também a forma de pensar a si próprio dentro desse mundo<sup>200</sup>.

Dessa forma, é válido retomar a noção de gosto de Pierre Bourdieu, corroborada por Antoine Hennion: gostos são um conjunto de práticas aprendidas, que transformam-se no contexto da cultura, mas não perdem o seu caráter hierarquizante, assim como o duplo sentido – pessoal e coletivo – de diferenciação e, ao mesmo tempo, de pertencimento. Por isso, gostos podem ser tão bem expressos através da moda ou das escolhas feitas a partir do vestuário. O contexto social, no qual os gostos e a moda se inserem, correspondem a estilos de vida, que, conforme Pierre Bourdieu, são sistemas de diferenciação que “são a retradução simbólica de diferenças objetivamente inscritas nas condições de existência”<sup>201</sup>, ligadas às posições hierárquicas no espaço social.

Na crença de que a elegância possa a ser aprendida, Rui parece tomar para si a tarefa de “ensiná-la” e, no duelo entre “emergentes” – com seu novo dinheiro – toma o partido das “clássicas”. Mais do que retomar os sentidos de *gauche* e *droite*, sugeridas por Bourdieu, a organização que se evidencia nas páginas dos jornais da Porto Alegre ao longo dos anos 1990 é uma “estilização de vida”, como sugere o mesmo autor.

Os estilos de vida estimulam consumos distintos, baseados nas questões do gosto, ou seja, ligados a questões distintivas – de ordem simbólica – que fazem sentido para determinado grupo social, funcionando como sinal de pertencimento.

Ao se comparar a “paixão por grifes”, alvo da jornalista Mariana Kalil, aos textos de Rui, o que se vê é um duelo de gostos no consumo de insígnias de luxo, representativos de um estilo de vida. Por um lado, M. conta à jornalista Mariana Kalil que possui uma coleção de mais de 150 bolsas entre Fendi e Donna Karan, compradas em Nova York, além de modelos de Christian Dior, para sair à noite.

---

<sup>200</sup> BERGAMO, Alexandre. Elegância e atitude: diferenças sociais e de gênero no mundo da moda. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 22, p. 83-113, Jun. 2004. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-83332004000100005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332004000100005&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 25 Fev. 2019.

<sup>201</sup> BOURDIEU, Pierre. Alta-costura e alta-cultura. In: *Questões de Sociologia*. Trad. Jeni Vaitsman, Rio de Janeiro: ed. Marco Zero, 1983.

Já Rui, em sua coluna, ao mesmo tempo em que valoriza “a maneira inteligente da consumidora após dois anos de Plano Real”, que teria passado a investir em “pouco e bom”, passa a condenar o consumo onde “vale a marca, não importa o estilista que garante o produto, que dá status”. Condena ainda o “novo dinheiro” dos “turistas de primeira viagem”:

O grande acontecimento do ano, sob o ponto de vista da moda, foi a invasão do ‘Made in China’ via Nova York e Miami. Um grande número de turistas de ‘primeira viagem’ descobriu o que sempre existiu, as ruas 36, 37 e adjacências, a denominada ‘Esquina do Mundo’.<sup>202</sup>

Em suas observações, são alvo ainda, justamente, as bolsas: “cada dia mais idênticas, verdadeiras ou imitações de *griffes* internacionais, encontradas circulando”. Em dezembro de 1998, chega a fazer uma denúncia com forte tom de fofoca:

Louis Vuitton, a mais famosa grife de bolsas e bagagens francesa lançou seu último sucesso. Uma bolsa de couro de vitela e uma camada de verniz, que deixa brilhando de longe. O efeito é um tanto ‘farol’ para navegantes de primeira viagem à procura de mais identificação social [...] Não chegaram ao Brasil e não têm imitações ainda. Como aquela bolsinha Prada, ‘modelo único’ vendida em uma boutique da cidade por R\$700,00 e que foi identificada em Nova York pela feliz compradora como cópia, dessas que há em muitas esquinas, por mais ou menos 30 dólares. Isso na própria loja Prada da Quinta Avenida. Vieram me contar, porém não acredito, porque não disseram quem é quem. Você soube dessa história? Correu de boca em boca.<sup>203</sup>

Assim como Constanza Pascolato, Rui acaba por evidenciar um contexto social onde o “novo dinheiro” da “emergente” não basta para legitimar seu pertencimento. A elegância *bling-bling* – que brilha de longe – parece muito distante daquela orientada pela simplicidade e pela qualidade – que faz pensar na roupa sob-medida, estudada e assinada, como é a da alta-costura.

Como observa Gilles Lipovetsky, o final do século XX marca também o declínio desse sistema: “nem clássica nem vanguarda, a alta-costura não produz mais a última

<sup>202</sup> Jornal *Correio do Povo*, 18 de janeiro de 1998.

<sup>203</sup> Jornal *Correio do Povo*, 06 de dezembro de 1998.

moda, antes reproduz a sua imagem de marca ‘eterna’.”<sup>204</sup> As casas de alta-costura passam a colocar seus licenciados (perfumes e maquiagens) e acessórios facilmente identificáveis e visíveis, como bolsas e óculos. A isso Pierre Bourdieu chama de transubstanciação: quando a grife “muda não a natureza material, mas a natureza social do objeto”.<sup>205</sup>

Dessa forma, Rui, como herdeiro de uma tradição ligada à moda francesa, em seu campo vai se posicionando cada vez mais à *droite*, conectado à tradição, a uma noção de elegância rara e, portanto, elitizada. Ao questionar modelos e condenar gostos, reforça seu posicionamento. As pequenas aberturas se dão em torno de modelos de si mesmo.

#### 2.6.2 “É você quem decide, mas não soma muito após os 40.”

Em agosto de 1998, Rui lamenta o sumiço das joias. Segundo seu texto, deram espaço às bijuterias e viraram “artigo de sacoleira” – assim como as roupas. Seu objetivo era chamar a atenção para o trabalho de designers de joias locais: “passou a fazer sucesso com sua linguagem inovadora que transmite mais do que somente ouro e brilhantes. Suas joias estão além dos pingentes de estrelinhas, bichinhos e bonequinhos; elas são mais arte, mais força”.<sup>206</sup>

Além da oposição entre “mais arte” e os “pingentes de estrelinhas”, o que novamente revela uma espécie de hierarquia de gosto, acaba por denunciar uma nova realidade urbana relacionada à violência, assim como uma nova maneira de consumir:

As joias, o que aconteceu com elas? Evitadas de serem usadas na rua por causa dos assaltos, reapareceram agora no dia-a-dia. Dizem que os assaltantes não tiveram mais mercado: falta de receptadores. [...] As cópias, referências de alguns, viraram artigos de sacoleira, como as roupas. Estas, não as grandes, é claro, começaram com as vendas de porta em porta, oferecendo facilidades como o pagamento em até dez vezes com cheques

<sup>204</sup> LIPOVESTKY, Gilles. *O Império do efêmero*. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Ed. Companhia de bolso, 2009. p.84

<sup>205</sup> BOURDIEU, Pierre. Alta-costura e alta-cultura. In: *Questões de Sociologia*. Trad. Jeni Vaitsman, Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

<sup>206</sup> *Jornal Correio do Povo*, 2 de agosto de 1998.

pré-datados. Aquele dinheirinho por fora, que fazia falta no orçamento, tinha solução.<sup>207</sup>

Se, nas páginas do jornal *A Hora*, Rui condenava o excesso de joias como hábito *nouveau riche*, sua crítica agora se volta ao uso de joias falsas. Além da menção à violência urbana, o tom pejorativo às sacoleiras que vendem de porta em porta denunciam um comércio informal, que torna a moda mais acessível, gerando uma espécie de percurso paralelo, de consumo rápido e fácil, com pagamento facilitado – consequência da moeda estável. Rui passa a promover uma espécie de gosto de classe, que tende a olhar com desconfiança certas novidades – especialmente aquelas que são caras a um público mais jovem:

A pulseirinha no tornozelo apesar de estar em uso há anos, ainda tem a preferência de algumas. Na praia, esta vulgaridade até pode ter seu charme, com tornozelo e pés perfeitos. Agora, vestir meia sobre a pulseirinha não pode. Poder, pode, mas que fica a dor você tem que concordar. Você é livre, mas como tal você decide”, escreve no verão de 1997.<sup>208</sup>

No mesmo ano, 1997, responsabiliza as calças de cintura baixa por “formar aquela barriguinha”:

Garotas, tomem muito cuidado com as calças, principalmente com os jeans de cintura baixa, denominadas St. Tropez. Quanto mais justas e baixas as calças ficarem sob o seu umbigo, mais fácil será para formar aquela barriguinha. Deixe para usá-las no verão. Agora, com *sweaters*, abrigos, casacos use a cintura no lugar ou compense com muitos abdominais e muita ginástica diária para que possa equilibrar a deformação moldada pela cintura St. Tropez. Acredite.<sup>209</sup>

Já em 1998, o alvo são as calças corsário:

A calça corsário, aquela que deve ser ajustada à perna e termina logo abaixo do joelho, e que já foi moda nos anos 60, voltou com força total! Será sem dúvida uma das características maiores dos próximos meses, em princípio bem esportiva e ideal em jeans *stretch*, no novo tom do blue jeans, nem tão claro nem tão escuro. Como parte superior compõe bem uma camiseta de algodão ou camiseta bem ajustada em *stretch*.[...] Limite de idade? É você

---

<sup>207</sup> Idem.

<sup>208</sup> Ibidem.

<sup>209</sup> Jornal *Correio do Povo*, 29 de junho de 1997.

quem decide, mas não soma muito após os 40, nem em manequim acima do 44<sup>210</sup>.

O “você quem decide” soa quase intimidador, especialmente após o uso de expressões como “vulgaridade”, “fica a dor” ou “não soma muito”. Há, ainda, a imposição quanto a um limite de idade, assim como a imposição de um padrão de corpo magro, tal como se vê nos manuais de estilo.

Glória Kalil, por exemplo, apesar de pregar “você é única”, sugere que a mulher deve aprender a “conjugiar os verbos: alongar, esticar, esconder, diminuir, aumentar” para assim “realçar, adaptar, melhorar e vencer este jogo” que consistiria em alcançar a imagem mais próxima de um ideal.<sup>211</sup> Ainda, Costanza Pascolato diz que “o melhoramento de si mesmo é uma espécie de higiene pessoal levada ao cubo”.<sup>212</sup>

Ou seja, a linguagem impositiva que se vê repetida nos manuais de estilo poderia ser uma rota de fuga da “vulgaridade”, onde determinados modismos deveriam ser evitados como forma de se preservar de um modelo de juventude caricato. Porém, diferente do que acontecia quando Rui frequentava as páginas de *A Hora*, nos anos 1950, a juventude tornou-se um valor.

A partir dos anos 1960, como observa François Baudot, a juventude passa a ser “vívida como uma entidade, dotada de um poder de compra e de um mercado que lhe é próprio”<sup>213</sup>, transformando-se em um estilo de vida. Ao final do século XX, como aponta Elyette Roux, o corpo também passa a ser afetado: “permanecer jovem e esbelto é o novo imperativo individualista”, que passa a sacralizar a beleza de um corpo jovem e magro, “cosmetizado”. Roux observa uma elevação de despesas com produtos cosméticos – de cuidado para o rosto e corpo – assim como a banalização das cirurgias estéticas.<sup>214</sup>

---

<sup>210</sup> *Jornal Correio do Povo*, 18 de janeiro de 1998.

<sup>211</sup> KALIL, Glória. *Chic, um guia básico de moda e estilo*. São Paulo: Senac, 1997.

<sup>212</sup> PASCOLATO, Constanza. *O essencial*, Ed. Objetiva, 199, p. 29.

<sup>213</sup> BAUDOT, François. *A Moda do século*, ou ainda DUBOIS-JALLAIS, Denise. *La tzarine, Hélène Lazareff et l’aventure de ‘Elle’*. Paris: Éditions Laffont, 1984, p. 186.

<sup>214</sup> ROUX, Elyette Apud Lipevetsky, Gilles, RUX, Elyette. *O Luxo eterno, da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005 p. 122-123.

Dessa forma, no supermercado de estilos descrito por Polhemus, a moda faz de conta ser democrática: além de pagar o preço da grife, para vesti-la é preciso também o corpo da moda.

Quais seriam as estratégias de Rui face ao imperativo da juventude? Uma das respostas pode ser justamente a exposição fotográfica que comemorou seus quarenta anos de carreira. Cercado de fotógrafos consagrados, como Luiz Eduardo Achutti – e também nomes expoentes, como Raul Krebs –,deixou-se fotografar em situações ousadas ou pouco convencionais. Além do nu, registrado por Achutti, acatou a solicitação de Raul Krebs e vestiu um de seus próprios modelos. (Figura 30)

Figura 30 - Rui Spohr por Raul Krebs, 1994



Fonte: Acervo Rui Spohr.

Na imagem, Rui aparece de saia, salto alto, casaco e echarpe. Sorri, com os braços abertos, como se estivesse em êxtase. A fotografia foi fixada a uma placa

escura, descentralizada, em oposição a uma linha construída com pontos de alinhavo, a técnica de costura empregada quando, pela primeira vez, se une as partes da roupa como forma de prepará-la para a primeira prova. Em seu livro, comenta o processo da fotografia:

Um trabalho de que gostei muito foi o do fotógrafo Raul Krebs Jr., que também com certa timidez, me perguntou:

– Algum dia você já vestiu um modelo Rui?

– Como assim?

Muito diplomaticamente, ele me respondeu:

– Ouvi falar que geralmente os costureiros gostam de vestir suas próprias criações, nem que seja para ver o efeito do traje.

– Não, isso eu realmente nunca fiz. Sempre tive ao meu lado minha mulher, sempre trabalhei com manequins e jamais me imaginei usando qualquer traje que eu tenha criado. No meu corpo de homem, ombros largos e quadris estreitos, nenhum vestido caíria bem.

– Só que a minha ideia era fotografá-lo com um modelo Rui.

– Olha, não tem problema, só depende do modelo.

– Mas o modelo você mesmo escolhe.

Decidi-me então por um casaco de smoking feminino, traje de que gosto muito, ideia básica de Yves Saint-Laurent, conjugado com uma saia longa e justa e usando de acessório uma longa echarpe. Perguntei então sobre o que usar nos pés e o Raul, muito timidamente, respondeu-me:

– Eu gostaria que o senhor estivesse de salto alto.

Pensei: por que não? Tínhamos sapatos de manequim no ateliê, tamanhos 39 e 40 algum haveria de servir em mim, que calço 40 e meio. Marcamos de fotografar no estúdio dele, num sábado à tarde e, quando foi o dia, lá estava eu, equilibrando-me num salto oito, posando com a echarpe esvoaçante sobre o meu peito cabeludo.<sup>215</sup>

Como Rui deu espaço ao fotógrafo para que ele criasse a imagem que seria mostrada na exposição, sobre a ideia de ver o costureiro vestindo um modelo seu, em entrevista, o fotógrafo Raul Krebs comenta que:

(...) foi uma lógica meio reta tipo ele que vestia todas as mulheres, com vestido e tal...Eu só transpus ele pra dentro [da foto]. A criação dele nele mesmo, ao invés de outras pessoas. Aí quando eu propus, achei que ele não ia querer. Mas quando eu fui conversar com ele, ele sorriu: “Ah, que diferente...Nunca fizeram isso! Eu topo!”<sup>216</sup>

<sup>215</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 99-100

<sup>216</sup> Entrevista concedida em março de 2017.

Krebs comenta ainda o receio de Doris sobre o marido ser fotografado vestido de mulher. E vem à tona a questão da sexualidade:

Quando eu conheci o Rui – meu pai conhecia ele, então eu já sabia que ele era casado com a Dóris...Mas tem aquela tendência de achar que todos os estilistas são homossexuais e tal...Então, de repente outras pessoas tenham pensado algo diferente...” Será que ele é mesmo homossexual, é gay?” Porque está vestido assim e tal, e ele foi tão na boa, assim, achei tão tranquilo a história dele...Ser estilista, posar de mulher.<sup>217</sup>

Ao ocupar uma posição dominante no campo em que atua, como sugere Bourdieu, e se exibir de maneira inusitada, rememora a vanguarda que um dia foi – ou quis representar –, associada a Yves Saint-Laurent, a uma certa rebeldia permitida e, portanto, esperada. Para Rui seria essa, a “verdadeira vanguarda” – e não aquela proposta pelos jovens estilistas, alvos de sua crítica. Tratou como um ato de reinventar-se, mas dentro dos próprios limites – tal qual a alta-costura francesa.

A intenção do fotógrafo não foi mostrar Rui travestido, e sim simplesmente vestindo uma de suas criações. A foto escolhida trazia essa naturalidade, como se Rui estivesse perguntando: “O que eu faço agora?”.

## 2.7 O desenho como grife

Quando uma grife torna-se uma palavra poderosa do ponto de vista econômico e simbólico, é porque passou por um processo de transubstanciação, como sugerido por Bourdieu. Acontece quando o “costureiro adota um procedimento semelhante ao do pintor que transforma um objeto qualquer em obra, pelo fato de marcá-lo com sua assinatura.”<sup>218</sup>

No caso de Rui, que começou a carreira como chapeleiro e tornou-se costureiro – buscando seguir os moldes da alta-costura francesa, com a composição de uma linha

---

<sup>217</sup> Idem.

<sup>218</sup> BOURDIEU, Pierre. A Produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. In: *Produção da crença, contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Trad. Maria da Graça Jacinto Setton. Porto Alegre: ed. Zouk, 2006, p.21.

*prêt-à-porter* e produtos licenciados –, seu nome enquanto marca jamais teve a mesma abrangência que suas colunas escritas para o jornal. Isso aconteceu, entre outros motivos, pela grande circulação dos veículos de imprensa com os quais colaborou.

Nesse sentido, os desenhos de Rui podem ser compreendidos como uma extensão de sua grife. Foram capazes de fazê-lo reconhecido, reforçando seu poder carismático, ou seja, mobilizando uma energia de transmutação simbólica. Ao longo da trajetória, reforçaram seu nome como ilustre e, por isso, “digno de ser procurado, consagrado, sagrado, legítimo”.<sup>219</sup>

Nos desenhos, em que segue as linhas gerais dos costureiros, demonstra sua capacidade mediadora, de articular a moda internacional à realidade local – o exercício inscreve a sua visão sobre o que está posto. Ainda nos anos *de A Hora*, Rui mencionava as elegantes locais em suas colunas, ilustrando os modelos que vestiam com desenhos. Nos anos 1950, seus croquis eram utilizados para dar conta de eventos sociais, apontando usuária, cores e tecidos. A intenção era promover o reconhecimento e reforçar um modelo, transformando-se em uma espécie de moda imaginada, ou seja, uma versão sua baseada naquilo que vivenciava, que era passível de ser transformado – apesar do compromisso em registrar o real. (Figura 31)

---

<sup>219</sup> Idem, p.26

Figura 31 - Elegantes vistas em evento social, 1957.



Fonte: A Hora

A visão idealizada podia conter uma tentativa de valorizar este ou aquele detalhe. Os desenhos tampouco correspondiam aos corpos reais das mulheres que representavam. Ao transformá-las em croquis, Rui as incorporava a sua coleção de imagens, que iriam sofrer a ação da memória e passar a representar algo – que não sabemos como de fato foi. Fica apenas a reminiscência.

A vontade de construir um ideal o acompanha desde Novo Hamburgo, quando insistia para que as mulheres usassem chapéus e luvas. Também em Porto Alegre, quando se repete nas páginas de *A Hora* em suas muitas sugestões de modelos para bailes de gala ou vestidos com elaboradas saias balonês para jantares e cinema – pareciam funcionar mais nas páginas das revistas do que no mundo real. (Figura 32)

Figura 32 - Sugestões de Rui para jantar ou teatro, 1957.



Fonte: *A Hora*.

Em sua coluna no *Correio do Povo*, a imaginação viraria estratégia de marketing: os modelos veiculados eram criações suas, sendo ora modelos exclusivos feitos para eventos (como casamentos e bailes de debutantes), ora modelos em consonância com o *prêt-à-porter* vendido em loja. (Figura 33)

Figura 33 - Desenhos de Rui para o Correio do Povo, 1998.



Fonte: *Correio do Povo*.

De certa forma, os croquis perdem o caráter pedagógico: em tempos de pouca exclusividade – apesar das roupas grifadas –, representam o luxo de uma roupa feita especialmente para si. Ao nominar suas usuárias, Rui demonstra quem era, à época, capaz de bancar tal luxo.

## 2. 8 Dois tempos, novas visões de elegância

Os escritos de Rui nos anos de 1950, voltados ao público feminino, versavam sobre os eventos da sociedade e sobre elegância, incluindo conselhos e regras sobre o

(bom) comportamento social. É possível, dessa forma, associá-los a um discurso de civilidade, conectado ainda aos primeiros movimentos de valorização da moda feita no Brasil – como será visto no próximo capítulo.

Em Novo Hamburgo, as páginas do jornal local serviram como um espaço de afirmação e reconhecimento; ao instruir o público feminino local sobre o vestir para situações requintadas- como banquetes e bailes de gala–fazendo uso adequado de bolsas e chapéus, demarca também seu desejo–e capacidade–de trabalhar com moda. O primeiro desfile, e a sua repercussão positiva, foram o primeiro passo na profissão, que também abriu caminho para a consagração do nome Rui.

No breve período em que trabalhou em *A Hora* atuou ora como “cronista de moda”, ora como colunista social, mas mantendo certo tom impositivo, de árbitro, de “quem sabe” sobre a moda. Suas visões estavam sempre de acordo com um ideal de elegância socialmente aceito, que prezava ainda um modelo feminino relacionado aos papéis de mãe e esposa.

O espaço deu visibilidade a sua atuação como chapeleiro e, posteriormente costureiro, e foi marcado por seus desenhos, tornando-se uma forma de divulgar suas propostas- e também seu talento e capacidade inventiva.

Porém, em seu retorno ao jornal na segunda metade da década de 1990– período em que vive seu apogeu profissional–a preocupação com as regras de etiqueta e a busca pela “melhor apresentação possível”(que se trata de um discurso de civilidade) passaram de forma definitiva a dialogar com a moda, visando reforçar um estilo. Se, no jornal *A Hora*, Rui buscou apresentar-se à sociedade local com suas preferências e gostos pautados pela moda francesa, nas páginas do *Correio* assumiu o posto de referência. Seus textos não versavam apenas sobre moda, mas sobre os acontecimentos da cidade e eventos sociais, sempre tendo como ponto de partida seu ponto de vista e preferências- como um formador de opinião.

O estilo pessoal entra em pauta ao gosto de Rui, para reforçar o seu estilo – e a sua marca–no momento em que a subjetividade impera e, novamente, a moda brasileira se transforma. Dessa forma, as colunas abordadas acabam por apontar como seus discursos, alinhados a um padrão vigente, marcam um posicionamento no campo em que atua, assim como revela a composição de seu capital simbólico

### 3. RUI E A MODA DO BRASIL

No processo de construção de uma imagem de si, além de determinar fatos, marcos e lugares de memória que ajudariam a compor uma narrativa biográfica bastante ligada a Porto Alegre, Rui também extrapolou os limites regionais. No hiato entre suas atuações como colunista nos jornais locais, ganhou maior visibilidade no cenário nacional.

Ao participar de ações publicitárias realizadas pela Rhodia, nos anos 1960, Rui transformou-se em uma espécie de representante da moda gaúcha, associada aos rigores do inverno e a elementos regionais que evocavam a figura do gaúcho – ou seja, como manifestação cultural de um país marcado por pluralidades. Além disso, ao lado de outros costureiros, ajudou a delinear um momento de crescente profissionalização da moda produzida no Brasil.

A partir dessa atuação, além de consolidar a carreira de costureiro, Rui seguiu com suas inserções na mídia local através de programas de televisão e, posteriormente com um programa de rádio. Assim, reforçou sua autoridade nos assuntos relacionados à moda em Porto Alegre e no Rio Grande do Sul.

O objetivo deste capítulo, portanto, é relacionar a atuação de Rui ao campo da moda no Brasil, levando em conta também a trajetória de outros profissionais. Parte-se do pressuposto que, quando Rui adquire visibilidade nacional, busca na identidade regional uma forma de destacar-se. Se a nova abrangência não se traduziu na ampliação efetiva de sua clientela – para além dos limites onde já atuava –, reforçou seu capital simbólico e ajudou a produzir um novo discurso identitário que o situa como representante da moda produzida no sul do país.

A autobiografia de Rui passa a ser cotejada às de outros profissionais – como forma de retomar fatos e pontos importantes, em uma espécie de linha do tempo. O que se verifica é um conjunto de valores e crenças, que se articulam no âmbito da cultura, ligados à construção de um capital simbólico, expresso na moda. Optou-se especialmente pelos textos escritos por Dener Pamplona de Abreu (1937-1978) e Ocimar Versolato (1961-2017).

A trajetória de Dener aproxima-se à de Rui em função das promoções da Rhodia: o costureiro paraense acabou reconhecido como o principal representante de uma geração de costureiros que se estabelece ao final dos anos 1950. Já Ocimar Versolato foi o primeiro brasileiro a fazer carreira internacionalmente, chegando a conduzir a marca francesa Lanvin, nos anos 1990. Se Dener e Rui ajudam a delimitar a formação do campo da moda no Brasil, Versolato testemunha as transformações desse campo a partir da última década do século XX, período em que Rui viveu seu apogeu.

Nos textos produzidos por Rui, Dener e Versolato, o processo de construir uma narrativa pessoal muitas vezes é tomado pelas imprecisões da memória, ou ainda, pelo desejo de se deixar para a posteridade as marcas de um “eu espetacular”. Mais do que prudência quanto à veracidade dos fatos, nesse tipo de abordagem é preciso levar em conta que a “historicidade de cada um se institui sempre a partir do que um outro leva a crer.”<sup>220</sup> Ou, ainda, retomar as ideias de Michel Pollak: “a imagem que uma pessoa adquire ao longo da vida referente a ela própria, a imagem que ela constrói e apresenta aos outros e a si própria”<sup>221</sup> é uma forma de articular um sentimento de identidade.

### 3.1 O Brasil pelo Ponto de Vista da Cultura

A cultura brasileira, como sugere Renato Ortiz, é marcada pela “unidade na diversidade”: engendra a identidade como síntese de expressões que, embora contemplem uma dimensão nacional, não perdem as singularidades. Ortiz manifesta a ideia de uma cultura popular como pluralidade de manifestações; heterogênea e fragmentada. Seria mais adequado pensá-la no plural, como culturas populares.<sup>222</sup>

Dessa forma, corresponde à diversidade de grupos sociais que, por sua vez, são portadores de diferentes memórias. Recuperando o conceito de memória coletiva,

---

<sup>220</sup> DE CERTEAU, Michel. *História e psicanálise*, entre ciência e ficção. Trad. Guilherme João de Freitas Trixeira. São Paulo: Ed. Autentica, 2011. p.219

<sup>221</sup> POLLAK, Michael. *Memória e identidade social*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, 1992, p.5.

<sup>222</sup> ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1998.

essas manifestações se mantêm à medida que se ritualizam (ou reatualizam) dentro de cada grupo.

Ainda para o autor, “não existe uma identidade autêntica, mas uma pluralidade de identidades, construídas por diferentes grupos sociais em diferentes períodos históricos”<sup>223</sup> – que se manifesta na relação entre cultura e Estado. Complementa:

É através de uma relação política que se constitui assim a identidade; como construção de segunda ordem ela se estrutura no jogo da interação entre o nacional e o popular, tendo como suporte real a sociedade global como um todo. Na verdade a invariância da identidade coincide com a univocidade do discurso nacional. Isto equivale a dizer que a procura de uma ‘identidade brasileira’ ou de uma ‘memória brasileira’ que sejam sua essência verdadeira é na realidade um falso problema. A questão que se coloca não é de se saber se a identidade ou a memória nacional apreendem ou não os ‘verdadeiros’ valores brasileiros. A pergunta fundamental seria: que é o artifice desta identidade e desta memória que se querem nacionais? A que grupos sociais elas se vinculam e a que interesses servem?”<sup>224</sup>

Ao observar as dinâmicas da moda feita no Brasil, especialmente em sua tentativa de ser reconhecida como brasileira, seus momentos de maior visibilidade relacionam-se a períodos em que questões políticas e econômicas elaboraram um discurso em torno do nacional. Ao se elencar momentos e fatos, na tentativa de se estabelecer uma ordem cronológica, é possível perceber como a moda – através de suas dinâmicas – torna-se representativa da cultura. Conformando suas pluralidades e é sensível aos movimentos sociais e econômicos que, como sugere Renato Ortiz, incorporam a construção do Estado brasileiro.

O Brasil descobriu a moda – ou passou a relacionar-se de maneira mais íntima às duas dinâmicas – como consequência da decisão de D. João VI de transferir a Corte Portuguesa para escapar às invasões napoleônicas, no início do século XIX. O Rio de Janeiro, como cidade sede, rapidamente transformou-se em modelo urbano e centro irradiador de costumes. A moda foi incorporada às preocupações cotidianas,

---

<sup>223</sup> Idem, p.8.

<sup>224</sup> Ibidem, p.139.

acompanhando novas dinâmicas de sociabilidade, intimamente ligadas ao espaço urbano.<sup>225</sup>

As cidades foram deixando para trás suas feições coloniais. Receberam sistemas de ferrovias e bondes, de água e esgoto, de iluminação a gás. Uma nova agenda social – que incluía bailes, teatros, festas e saraus – fez com que a elite letrada passasse a acessar os manuais de etiqueta e civilidade na tentativa de “europeizar-se”.<sup>226</sup>

Como observa Maria do Carmo Rainho, esse processo de europeização fez como que novos modos e costumes passassem a ser adotados no Brasil, gerando novas insígnias de classe<sup>227</sup>. O uso do vestuário correto e, portanto, da moda, demonstrava uma preocupação em obedecer aos padrões europeus, especialmente os difundidos pela França. O comércio de luxo, organizado nos arredores da Rua do Ouvidor<sup>228</sup>, no Rio de Janeiro, reunia produtos importados e artesãos especializados. Transformou-se em um reduto afrancesado, local para se ver e ser visto.<sup>229</sup>

---

<sup>225</sup> RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. *A cidade e a moda*. Brasília: Ed. UNB, 2002

<sup>226</sup> Idem.

<sup>227</sup> “É nesse contexto que a moda vai somar-se ao refinamento dos modos e ao polimento dos costumes, passando a significar também marca da “boa sociedade”. Seguir a moda torna-se um imperativo para essa camada que, por meio dela, procurava, por um lado, nivelar-se, pelo menos na aparência, aos seus pares europeus, e, por outro, distinguir-se do resto da população, ou seja, do povo ‘mais ou menos miúdo e dos escravos’”. RAINHO. Maria do Carmo. *A cidade e a moda*. Brasília: Editora UNB, 2002, p.56.

<sup>228</sup> Questão ainda pouco abordada é o estabelecimento, a partir da segunda metade do século XIX, de lojas e fábricas nesse entorno, voltadas para a produção de objetos de penas e plumas, especialmente voltados à exportação como, por exemplo, ventarolas de penas, por vezes enfeitadas com insetos. Oriundas dessa produção, possuem alguma frequência em acervos museus da europeus e norte-americanos e mostram como essas manufaturas em penas feitas por artesãos especializados podem ter sido a expressão das influências locais, de fazeres indígenas na moda, ou ainda, no sentido inverso, ter influenciado as composições da arte plumária nativa. Oriundos de um fazer híbrido, amparam-se no exótico como valor de exportação o que faz com que, sob uma ótica contemporânea, tais objetos possam ser compreendidos como objetos capazes de representar os valores plurais formadores da cultura brasileira. As ventarolas cariocas oitocentistas são alvo de estudo da historiadora Maria Cristina Volpi Nacif, professora associada da Universidade Federal do Rio de Janeiro que atua na Escola de Belas Artes. Suas pesquisas deram origem a diversos artigos publicados no Brasil e no exterior.

<sup>229</sup> “Ali [na Rua do Ouvidor] se debatiam todas as questões de política, do comércio e da literatura, das artes e sobretudo das modas. Pelas suas calçadas, senhoras passavam com saias amplas e longas, ‘parando como borboletas que pousavam pelas vitrines de flores, joias, sedas, grinaldas’. É importante ressaltar que tudo isso acontecia em um espaço bastante exíguo, com pouco mais de cem metros de extensão de uma rua ainda bastante estreita, com seis metros e oitenta centímetros de largura. Apesar de composta por ruas acanhadas, era nessa região que estavam estabelecido o comércio mais sofisticado, as sedes de jornais e os cafés, as confeitarias e os restaurantes mais prestigiados da cidade.” FEIJÃO. Rosane. *Moda e modernidade na belle époque carioca*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011, p.48.

A partir das primeiras décadas do século XX, como observa Ortiz, o Brasil sofre mudanças profundas, marcada pelo processo de urbanização e industrialização. Elas beneficiam o surgimento das classes médias e também de um proletariado urbano.<sup>230</sup> No período do Estado Novo, entre os anos 1937 e 1945, as discussões acerca da cultura brasileira e de uma identidade nacional passaram a ser norteadas pelo próprio Estado, que fomentava iniciativas de legitimação da cultura popular – percebida como cultura nacional.

O trabalho do artista gráfico Alceu Penna, especialmente entre o final dos anos de 1930 e 1940, pode ser considerado em acordo ao projeto de invenção da identidade brasileira proposto pelo Estado Novo – calcada na valorização do nacional-popular, em especial samba e carnaval, e buscando o folclórico e o regional como forma de explicitar a nossa "diferença" perante o "outro".<sup>231</sup>

Como desenhista, Pena criou ilustrações para várias publicações sendo marcante sua atuação nas áreas da moda e figurino em revistas como *O Cruzeiro*, *A Cigarra* e *Tricô e Crochê*. Além disso, elaborou ilustrações para publicidade, criou cenários e figurinos de shows, desenhou fantasias para escolas de samba, estampas para a indústria têxtil e coleções de moda.<sup>232</sup>

Apesar da atuação múltipla, ganhou visibilidade com a seção *Garotas*, veiculada na revista *O Cruzeiro*, entre 1938 e 1964. A seção marcou o momento em que o segmento feminino passou a ganhar maior destaque na publicação, em meio a colunas de etiqueta e beleza, transformando o ilustrador em uma referência. As personagens desenhadas com traço fino, entre o sensual e o lúdico, representavam um estilo de vida ligado ao Rio de Janeiro, à juventude. Expressavam valores das mulheres de classe média alta que, para Carla Bassanezi e Leslye Ursini, “acompanhavam (e inventavam) a moda: eram consideradas mais atrevidas e liberadas que as de outras regiões do país.”<sup>233</sup>

---

<sup>230</sup> ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1998. p. 39.

<sup>231</sup> BONADIO, Maria Claudia. GUIMARÃES, Maria Eduarda Araújo. Alceu Penna e a construção de um estilo brasileiro: modas e figurinos. *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, v.16, n.33, Jun. 2010. p.145-175.

<sup>232</sup> Idem.

<sup>233</sup> BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (org.) *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p.247.

Além disso, as *Garotas* ajudaram a popularizar na mídia impressa uma imagem adaptada, voltada à propagação de novos modos: se a França tem suas *parisiennes*, a partir de Alceu Penna, o Brasil tem suas cariocas.

“Moda Brasileira”, como evidencia Maria Claudia Bonadio, também foi o tema de um desfile realizado por Pietro Maria Bardi, em 1952, no MASP. No evento, foram apresentados 50 modelos com tecidos e estampas projetados por artistas do Instituto de Arte Contemporânea, executados em suas oficinas<sup>234</sup>. O desfile integrou o conjunto de iniciativas de Bardi, que buscava criar ações no museu em relação à moda visando a formação de uma “Seção de Costumes” para o museu. Calcado no sucesso do desfile “Costumes Antigos e Modernos”, ocorrido no ano anterior – que mostrou modelos de Christian Dior, peças do acervo do *Metropolitan Museum of Art* de Nova York e o *Costume 2045*, de Salvador Dalí –, a moda de Bardi buscava utilizar matérias-primas nacionais e estampas que remetesse a uma visualidade brasileira. Os modelos da coleção foram vendidos nas lojas Mappin.

Ao lembrar que Bardi associava o próprio MASP como um desdobramento da Semana de 22, Maria Claudia Bonadio concluiu que, através dessa iniciativa, ele “ressignifica a experiência fascista que, somada aos ideais da Bauhaus e seu olhar estrangeiro sobre o país, acaba por aproximá-lo dos ideais modernistas”.<sup>235</sup> A “experiência fascista” à qual se refere diz respeito à abordagem nacionalista proposta por Bardi.

Na década de 1930, Mussolini passou a incentivar o desenvolvimento da moda italiana, o que culminou na organização da *Ente Nazionale della Moda* (Corporação Nacional de Moda Italiana), criada em 1935 para estimular e promover o consumo da moda local. Entre as iniciativas do grupo: criar um selo “made in Italy”, promover a indústria têxtil e criar um estilo distinto e reconhecível. Sob tal ótica, portanto, a moda foi identificada como terreno privilegiado, capaz de contribuir para o senso de nação.<sup>236</sup>

---

<sup>234</sup>BONADIO, Maria Claudia. A moda no MASP de Pietro Maria Bardi (1947-1987). *Anais do Museu Paulista*, v.22n.2 jul/dez, 2014.p.35-70.

<sup>235</sup> IDEM, p.61.

<sup>236</sup> IBIDEM; Sobre este assunto ver também VACCARI, Alessandra. Moda na Autarquia. *História: questões e debates*. Curitiba, v.65 n.2, 2017. p.17-38.

Já na década de 1960, a ideia de cultura nacional ajudou a centralizar as ações de publicidade da empresa francesa Rhodia para promover seus fios sintéticos produzidos no Brasil. Associando sua produção à criação de uma moda brasileira, desenvolveu estratégias de promoção – que foram alvo de um extenso estudo realizado pela historiadora Maria Claudia Bonadio.

A promoção de fotografias, anúncios e editoriais de moda, associados à organização de desfiles espetaculares durante a FENIT (Feira Nacional da Indústria Têxtil), visavam promover a aceitação de seus produtos no mercado doméstico. Para tanto, a Rhodia utilizou como principal estratégia forjar o reconhecimento externo, no intuito de mostrar que a moda feita no país tinha qualidade internacional.<sup>237</sup>

Idealizada por Caio de Alcantara Machado, a FENIT foi a primeira feira industrial do Brasil e a segunda da América Latina – inspirada nas feiras internacionais de Nova York e Hannover. Apesar do fracasso das primeiras edições, foi aos poucos se consolidando como espaço de negócios e também de lazer, promovendo até mesmo concurso de misses. A feira, de certa forma, marca o desenvolvimento da indústria têxtil nacional. Nas palavras de José Durand: “atesta que o setor atingiu um mínimo de diferenciação interna e que existem condições mínimas para um certo padrão de cooperação entre empresas concorrentes e/ou complementares”.<sup>238</sup>

Na década de 1970, viu-se a consolidação de uma indústria da moda, protegida por uma combinação de política de incentivos e proteções fiscais<sup>239</sup>, voltada para a produção de moda feminina –o produto de "modinha", o produto básico ou rotineiro baseado na dupla jeans e camiseta.<sup>240</sup> Se, no seu surgimento, a FENIT ia ao encontro

---

<sup>237</sup> As estratégias de promoção da Rodhia durante os anos de 1960 são o foco de um extenso estudo realizado pela historiadora Maria Claudia Bonadio durante o seu período de doutorado na Universidade Estadual de Campinas. A tese *O fio sintético é um show! Moda, política e publicidade; Rhodia S.A. 1960-1970* defendida no departamento de História do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas no ano de 2005 deu origem a diversos artigos, publicados no Brasil e no exterior e ainda ao livro “Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960”, publicado pela editora nVersos em 2014.

<sup>238</sup> DURAND, José Carlos. *Moda, luxo e economia*. São Paulo, Ed. Babel Cultural, 1988 p. 76

<sup>239</sup> EMERY, Marcio de Moraes. *O impacto da abertura ao comércio exterior da década de 1990 no setor têxtil brasileiro*. Tese (Doutorado). Programa da pós-graduação em Ciências Sociais. PUCSP, 2007.

<sup>240</sup> KONTIC, Branislav. *Inovação e redes sociais: a indústria da moda em São Paulo*. Tese (Doutorado) FFLCH, USP, São Paulo, 2007. O termo “modinha” se refere roupa casual com alguns toques de diferenciação, inspirados nas grandes tendências do prêt-à-porter. Nos anos 70, indicava o traje de preço acessível, adaptado ao clima e gosto locais, baseado na gama de matérias-primas mais ofertadas no país, em especial os tecidos e malhas de algodão.

de ideais desenvolvimentistas, recebendo apoio do governo de Juscelino Kubitschek, durante o período da ditadura, Alcântara Machado foi responsável por empreendimentos promocionais (feiras, exposições e congressos) que combinavam com a ideologia nacionalista propagada pelo Estado.<sup>241</sup>

Ainda nesse período, o trabalho da estilista Zuzu Angel teve repercussão importante por voltar-se à audiência internacional, como forma de protesto. Utilizando-se de seus recursos estilísticos marcantes,<sup>242</sup> como o forte apelo ao regional e ao artesanal, a coleção *Dateline Collection III–Holyday and Resort* (1971), apresentada na casa do cônsul brasileiro em Nova York, denunciou o desaparecimento de seu filho, Stuart Jones, morto pela ditadura civil-militar. Neste sentido, “a produção estética-visual de Zuzu, desenvolvida como texto-denúncia e testemunho histórico” da repressão militar, constitui-se em um dos pontos marcantes de sua carreira.<sup>243</sup> Conforme as apurações da Comissão Nacional da Verdade (2014), também ficou comprovado que o acidente que causou a morte de Zuzu Angel, em abril de 1976, teve participação de agentes da repressão.

O período de redemocratização, iniciado pelas eleições diretas para governadores em 1982, foi marcado por um processo inflacionário, bem como o consequente endividamento externo. Os anos 1980 foram considerados a década perdida. Nesse cenário, surgiram grupos que visavam ao fortalecimento da indústria têxtil e à visibilidade de profissionais da moda, como a Associação Brasileira dos Estilistas de Moda (Abemoda) e a Associação da Alta Moda Brasileira (Aambra). Também as telenovelas, ao adotarem a política de *merchandising*, se tornaram

---

<sup>241</sup> BONADIO, Maria Claudia. *Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960*. São Paulo, Ed. Nversos, 2015, p.75.

<sup>242</sup> A jornalista Hildegard Angel, filha de Zuzu, defende que a mãe foi a pioneira ao buscar uma moda com identidade brasileira: A questão da moda francesa era mesmo uma demanda do mercado. As clientes da alta sociedade, na época, exigiam que seus modelos fossem inspirados em modelos dos grandes *couturiers* franceses. Além disso, o artesanato nacional e outros temas de nosso folclore eram vistos como algo inferior, “pobre”. Zuzu desafiou essa atitude e, a partir desses temas brasileiríssimos, criou uma moda sofisticada e, ao mesmo tempo, singela e delicada” ANGEL, Hildegard. Zuzu Angel: a primeira a chutar a bola da brasilidade! Disponível em: < <http://www.hildeangel.com.br/zuzu-angel-a-primeira-a-chutar-a-bola-da-brasilidade/> >. Acesso em out. 2018.

<sup>243</sup> Ver SIMILI, Ivana Guiherme. MORGADO, Debora Pinguello. *Tecidos, linhas e agulhas: uma narrativa para Zuzu Angel*. *Tempo&Argumento. Revista de História do Tempo Presente*. Udesc. v.7, n.15, 20015. p.177-201.

grandes difusoras de moda e modos, abrindo um fluxo de influências através de seus personagens e seus enredos.<sup>244</sup>

O processo de abertura da economia à concorrência internacional exigiu da moda nacional uma capacidade inventiva para sobreviver – não às influências estrangeiras, mas à invasão de produtos importados. A abertura se deu durante a consolidação de novos sistemas de produção em países asiáticos<sup>245</sup>, levando a um momento de reestruturação produtiva.<sup>246</sup> O design – ou a tentativa de produzir uma moda mais autoral – passou a ser valorizado e, em meio às grandes mudanças que aconteciam na economia, "sinalizando a necessidade de mudanças urgentes diante da crise, o setor têxtil decidiu criar os primeiros cursos técnicos no Brasil e, dez anos mais tarde, colaborou para o surgimento dos cursos superiores".<sup>247</sup>

O Brasil, finalmente, “entrou na moda” no final dos anos 90. Passou a fazer parte do circuito internacional, especialmente a partir da consolidação das semanas de moda – com destaque para a São Paulo Fashion Week (SPFW). O sucesso de modelos brasileiras que fizeram fama internacional, como Shirley Mallmann, Fernanda Tavares e Gisele Bündchen, ainda relacionou o país a um ideal de beleza.

O termo “brasilidade” tornou-se um conceito, conforme observa Miqueli Michetti:

---

<sup>244</sup> BRAGA, João. PRADO, Luis André. História da moda no Brasil, das influências às autorreferências, São Paulo, Pyxis editorial, 2012. p. 410-417.

<sup>245</sup> O filme “1,99- Um supermercado que vende palavras” (2003) de Marcelo Masagão faz uma crítica ao consumismo excessivo numa referências às lojas de preço único, voltadas especialmente ao comércio de produtos feitos na China, que eram vistas por todo o país. Esses espaços simbolizavam o sonho de reduzir o preço de todas as mercadorias a um só valor- o que pode funcionar como uma alusão ao Plano Real. O filme desenvolve análise de um consumo onde a materialidade do produto desaparece, sugerindo ao consumidor valores intangíveis como ideias, conceitos e atitudes.

<sup>246</sup> “A redução de barreiras alfandegárias entre 1990 e 1994, o fim da super inflação, a grande apreciação do real e a elevação dos juros combinaram-se ao recrudescimento da guerra fiscal entre estados e municípios, impondo grandes pressões à indústria do vestiário e têxtil desde o final da década de 80 até os cinco anos que seguiram o Plano Real de 1994. Observamos nesse período que o empenho de maior diferenciação em produto se relacionou ao predomínio de laços fortes em duas direções: nos encadeamentos tradicionais com fornecedores e prestadores de serviço e em novas relações com os sistemas de distribuição” KONTIC, Branislav. *Inovação e redes sociais: a indústria da moda em São Paulo*. Tese (Doutorado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Departamento de Sociologia, 2007, p.30

<sup>247</sup> PIRES, Doroteia Baduy. A história dos cursos de design de moda no Brasil. *Revista Nexos: Estudos em Comunicação e Educação*. Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, n.9, ano VI, 2002, p.84.

a “propriedade distintiva do brasileiro e do Brasil”, será operada discursiva e/ou esteticamente por meio de uma triagem conjuntural e de uma seleção estratégica de imagens e representações sobre o país que falariam sobre seus pretensos atributos e definiriam seu caráter, sua identidade com relação a outras identidades imaginadas como diferentes da brasileira.”<sup>248</sup>

Ainda para Michetti, a moda só pode ser considerada como representativa do Brasil tendo em mente que os fenômenos de cunho aparentemente nacional são perpassados por dinâmicas globais, considerando-se que a globalização tem uma dimensão objetiva, mas também é composta por elementos simbólicos, que se liga a esfera do imaginário.<sup>249</sup>

A consolidação da SPFW, a partir do ano 2000, como observa Branislav Kontic, cria um espaço de socialização e contato entre os grandes centros globais produtores de moda e a indústria nacional. Para o autor, o evento representa:

[...] uma grande convergência de atores relacionados com a cultura da moda: instalações de artistas brasileiros, quinze mil visitantes da comunidade profissional do país e do mundo, além de mil e quinhentos profissionais de imprensa credenciados. Paralelamente, as empresas realizam um grande esforço de buscar o mercado externo com um espaço planejado para vendas de exportação.<sup>250</sup>

Voltado para o mercado externo e suas dinâmicas globais, o discurso da diversidade cultural é retomado, ora como estratégia de encantamento ao mercado estrangeiro, ora como estratégia de legitimidade. Retoma-se uma imagem onde os estereótipos, como a natureza exuberante, são valorizados. Para Debora Leitão:

A associação entre moda brasileira e produto exótico não acontece, no entanto, apenas quando nossa moda atravessa as fronteiras do país. Os discursos de procurar raízes e voltar-se para as tradições nacionais discorrem justamente sobre o desejo de construir nela algo que possa ser autêntico e típico. Segundo as palavras de um estilista paulista, ‘chega de

<sup>248</sup> MICHETTI, Miqueli. Do caldeirão de culturas ao buffet da identidade cultural: o uso das “brasilidades” no discurso da moda contemporânea. *Revista Ciências Sociais*. Unisinos: São Leopoldo, vol.50., n.1, jan/abr, 2014, p.25-33.

<sup>249</sup> MICHETTI, Miqueli. *Moda brasileira e mundialização: mercado mundial e trocas simbólicas*. Tese (Doutorado). UNICAMP: Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de pós-graduação em Sociologia, 2012.

<sup>250</sup> KONTIC, Branislav. *Inovação e redes sociais: a indústria da moda em São Paulo*. Tese (Doutorado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Departamento de Sociologia, 2007, p.131.

copiar, tem que fazer bem brasileiro, é isso que está bacana'. Fazer 'bem brasileiro', entretanto, em alguma medida, é construir autenticidades alcançadas por parâmetros que certas vezes pendem para o pitoresco, para o 'turístico'.<sup>251</sup>

Porém, como observa Miqueli Michetti, a moda feita no Brasil não pode se opor às tendências dos grandes centros,

[...] trata-se antes de uma posição dialética, que nega e integra, afinal, uma moda que não tem relações com o mundo não pode ecoar globalmente. Então para descrever as relações entre a moda do Brasil e a moda consagrada historicamente, os artífices do discurso frequentemente lançam mão da noção de mistura, afinal as "mesclas" permitem declarar barreiras e fronteiras como inexistentes. Recorre-se à noção de antropofagia.<sup>252</sup>

Portanto, no Brasil a moda se faz à brasileira: acolher a moda internacional, adaptá-la, utilizá-la como código distintivo e, finalmente, transformá-la em algo "nosso" é um processo que diz respeito não apenas à forma como gerenciamos – ou aprendemos a gerenciar – nossa aparência, mas às transformações sociais e econômicas que impactam na forma como fazemos e absorvemos a moda ao longo da história. Ao buscar uma postura autoral, que não apenas imitasse a moda estrangeira ou suas tendências, a moda brasileira não ficou alheia às transformações globais.

### 3.2 Um Costureiro ao Sul da Moda Nacional

Rui participou de maneira ativa no processo de consolidação do campo da moda no Brasil quando integrou o time de costureiros da Rhodia. A empresa francesa buscava forjar, em suas ações publicitárias, um reconhecimento externo: a ideia de moda brasileira como forma de destacar a qualidade internacional de seus produtos – quais sejam, fios sintéticos.

---

<sup>251</sup> LEITÃO, Debora Kruschke. *Brasil à moda da casa: imagens da nação na moda brasileira contemporânea*. Tese (Doutorado). UFRGS. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, 2007.

<sup>252</sup> MICHETTI, Micheli. Op. cit. p.314.

Calcada na produção de editoriais para revistas e na organização de desfiles espetaculares – entremeados de apresentações musicais e números de dança –, essas iniciativas visavam a promover a aceitação dos produtos da Rhodia no mercado doméstico, mostrando que a moda feita no país tinha qualidade internacional. Os “shows da Rhodia” aconteciam durante a FENIT e excursionavam por diversas cidades do país e do exterior.

Convidado a integrar o time de costureiros da Rhodia entre os anos de 1962 a 1964, o trabalho de Rui ganhou visibilidade nacional. Em sua autobiografia, Rui explica a dinâmica das apresentações:

Prontos os tecidos de estampas autenticamente brasileiras, estes eram então estudados pela equipe do Lívio, uma espécie de *bureaux de style* onde se criavam os desenhos de vários trajes para cada pano e se encomendavam os trajes aos confeccionistas. As confecções interpretavam cada desenho em seu respectivo pano – alguns seriam rejeitados, outros seriam aproveitados, e no fim apresentavam-se dois ou três modelos para cada estampa. Nisso consistia a primeira parte do desfile. A segunda parte apresentava os chamados modelos de alta-costura [onde entrava a participação de Rui e de nomes de destaque, como Dener, Guilherme Guimarães e José Nunes]<sup>253</sup>

Com a repercussão dos eventos, Rui extrapolou o cenário local. O discurso que privilegiava a moda francesa e os anos de formação em Paris acabaram cedendo espaço a uma imagem vinculada ao Rio Grande do Sul, com sua paisagem agrária, os rigores do inverno e a presença da imagem do gaúcho como símbolo identitário.

A “autenticidade brasileira” sugerida por Rui residiria no traço dos artistas plásticos, empenhados em ilustrar cores e formas ligadas à “beleza da terra” ou aos seus “traços nativos”, temáticas recorrentes nas apresentações que levavam título em inglês, como *Brazilian Look*, *Brazilian Style*, *Brazilian Primitive* e *Brazil Fashion Team*.

A Revista Manchete, ao apresentar a *Brazilian Look* (1964) como “uma das mais fabulosas promoções publicitárias dos últimos tempos”, mencionou Rui entre os profissionais que criaram os modelos da coleção “aplaudida na Europa e no Oriente

---

<sup>253</sup> SPOHR, Rui. Viegas-Faria, Beatriz. *Memória Alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997 p, 256.

Médio, com a assinatura dos melhores artistas plásticos e de jóias, os mais famosos costureiros e noventa indústrias nacionais.”<sup>254</sup> (Figura 34)

Figura 34 - Os costureiros da Rhodia na Revista Manchete, 1964.



Fonte: Revista Manchete.

Também a Revista Jóia (1964) coloca Rui no seletivo grupo dos “oito melhores figurinistas do Brasil” – formado por Dener, Clodovil, Guilherme Guimarães, Hugo Castelana, José Nunes, Jorge Farré e Marcílio. A edição especial contou com modelos produzidos com tecidos da Seleção Rhodia Têxtil, fotografados na cidade de Ouro Preto: “um cenário bem brasileiro”, onde “nossa moda parece se identificar com as mais autênticas raízes de nosso passado”.<sup>255</sup> (Figura 35)

<sup>254</sup> Revista *Manchete*, n. 649, setembro de 1964..

<sup>255</sup> Revista *Jóia*, n.129, maio de 1964.

Figura 35 - Costureiros da Rhodia, 1964.

**COLEÇÕES 3**

**QUEM É QUEM NA ALTA COSTURA BRASILEIRA**

Já se disse que Dener unia a exuberante jovialidade de Yves Saint-Laurent com o talento de Dior e o requinte de Galitzine. Isso é verdade, com um detalhe a mais: Dener, pela imensa capacidade de chocar, é também uma espécie de Mathieu da alta costura brasileira. Comendatíssimo por seu temperamento e suas inusitadas atitudes, é também admiradíssimo pelo talento que revela em cada modelo que cria. Dener acaba de ganhar o primeiro prêmio de alta costura no Festival Internacional de Las Vegas.



Se há alguém, na alta costura brasileira, que trabalha em silêncio e provoca comentários sem interferir — este alguém é José Nunes. Seus modelos possuem a sobriedade de linhas de um Balenciaga, e apresentam soluções altamente criativas. E José Nunes trabalha quietamente, revolucionando a moda, enquanto seu atelier é frequentado por senhoras da mais exclusiva e aristocrática sociedade.



Apesar da aparência, Clodovil é uma criatura tímida. Possui uma linha de criação toda sua — que se caracteriza pela classe e bomgosto. Jovem ainda, seu atelier é o ponto de encontro de alguns nomes mais representativos da sociedade paulista. Seus modelos agradam particularmente aquelas mulheres que, seguras de sua posição, preferem ser elegantes a causar choques. Neste sentido os modelos de Clodovil possuem verdadeira categoria internacional.




Quando Castellana visitou o Brasil, integrando uma equipe de modas italiana que aqui apresentava seus modelos, apaixonou-se por nosso país. Resolveu fixar residência em São Paulo, onde já possui esplêndida posição no cenário da alta costura brasileira.



Jorge Farré foi, durante muito tempo, o premier do atelier do Dener. A sua mão de mestre deviam-se o corte perfeito dos vestidos daquele figurinista. Amadurecendo, formou atelier próprio, que já é frequentado por algumas das mulheres mais elegantes do país. Possui estilo pessoal, coerente com uma linha. Segundo os expertos da moda no Brasil, Jorge Farré, dentro em breve, se tornará um dos maiores nomes da alta costura em nosso país no exterior.



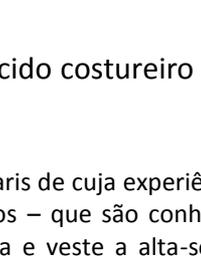
Guilherme é o "delfim" da alta costura carioca. Após o grande êxito de sua apresentação nos Estados Unidos, ficou sendo conhecido como "Guillaume of Brazil". Fiel a um estilo, que se aproxima daquele de Givenchy, Guilherme gosta de desenhar modelos para jeune-fille. É o mais jovem nesta relação dos melhores costureiros do Brasil.



Rui é o mais conhecido costureiro do Rio Grande do Sul. Passou alguns anos trabalhando em Paris, de cuja experiência advém a sua competência na execução dos modelos — que são conhecidos, aliás, pela perfeição. Rui possui uma linha sóbria, e veste a alta sociedade gaúcha, inclusive algumas das mais elegantes do Uruguai e Argentina.



Marcílio representa a alta costura do Norte e do Nordeste do país. Costureiro brilhante e temperamental, seu gosto pende para os grandes bordados em modelos plenos de espectacularidade. Sua imaginação o impele a criações de efeito, mas, ainda assim, cheias de classe.



Fonte: Revista Jóia, 1964.

No editorial, Rui foi descrito como o "mais conhecido costureiro do Rio Grande do Sul":

Passou alguns anos trabalhando em Paris de cuja experiência advém a sua competência na execução dos modelos — que são conhecidos aliás, pela perfeição. Rui possui uma linha sóbria e veste a alta-sociedade gaúcha, inclusive algumas das mais elegantes do Uruguai e da Argentina.<sup>256</sup>

<sup>256</sup> Idem.

A atuação internacional de Rui parece ser reforçada mais pelas possíveis cliente do Uruguai de da Argentina do que pela sua experiência na capital francesa. Como representante da moda gaúcha, Rui associa-se ao frio, ao pampa e até mesmo a uma tradição que vem do ao passado. Continua atuando como intérprete das tendências internacionais nacionalmente, porém, longe do calor tropical, abraça uma “nacionalidade fria”.

As criações de Rui passam a representar uma “estética do frio”. Conceito cunhado pelo cantor e compositor Vitor Ramil na década de 1990, a “estética do frio” seria um lugar de distinção, que ora reagia aos estereótipos que a figura do gaúcho representava, ora reafirmaria diferenças na busca por uma definição – ou de uma afirmação de brasilidade, nesse caso.<sup>257</sup>

A imagem do gaúcho representa uma figura limítrofe, marcada por um passado histórico de lutas, pelo pampa e pela fronteira. Enfatiza suas peculiaridades ao mesmo tempo em que afirma relações de pertencimento; apesar de se mostrar como antítese ao urbano, consolida-se em um período em que país vivia um processo de industrialização e de modernização – e também de centralismo político, econômico e cultural imposto pelo Estado Novo.

Em discussões sobre a identidade cultural brasileira, Ruben Oliven, a partir dos elementos que integram o que é conhecido como cultura gaúcha, evidencia a invenção de uma de tradição encarnada pelo Movimento Tradicionalista. Ao recuperar valores tradicionais no passado, criou-se uma oposição aos elementos da indústria cultural estrangeira, que chegavam especialmente pelo cinema de Hollywood – demarcando, ainda, seu espaço no mosaico de diferenças que compõem a cultura brasileira.<sup>258</sup>

Rui, em suas memórias, destacou alguns episódios em que mostrou o desejo de associar elementos da cultura local às suas criações. O mais marcante aconteceu em 1964, quando foi designado por Lívio Rangan para criar o vestido de noiva que encerraria o desfile da Rhodia daquele ano, com um pedido especial: que o modelo tivesse inspiração no folclore gaúcho. A ideia agradou prontamente o costureiro:

---

<sup>257</sup> RAMIL, Vitor. *A estética do frio*. Conferência em Genebra. Pelotas: Ed. Satolep Livros, 2004.

<sup>258</sup> OLIVEN, Ruben. *A parte e o todo*. A diversidade cultural no Brasil nação. Petrópolis: Ed. Vozes, 2006. Ver ainda PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Ed. Mercado Aberto, 1980.

A indumentária do gaúcho dos pampas do Rio Grande do Sul, Uruguai e Argentina realmente me fascinava (e ainda fascina) por sua riqueza de detalhes. [...]Trabalhei, pensei, desenvolvi a ideia e aquele foi um trabalho de criação realmente muito bonito. O vestido baseava-se no poncho do gaúcho: branco, de corte reto, liso, ajustado ao corpo por um leve movimento para trás e longo.[...] Eis que chega março de 1964, a revolução<sup>259</sup> é a grande notícia nos jornais e eu recebo um telegrama do Lívio: ‘Lamento, devido à situação política vestido de noiva não é mais seu. Próxima coleção nada deve lembrar gaúchos’.<sup>246</sup>

A tentativa de evidenciar a cultura gaúcha em um evento de moda nacional falhou por questões políticas, mas inúmeras foram as reportagens em revistas ilustradas que associaram o estilo de Rui ao sul do país, seu lugar de origem e espaço de atuação. “A moda que vem do sul” se destacaria por suas influências regionais, à sombra da imagem do gaúcho, este misto de homem do campo e de herói, vestido de bota, poncho e bombacha, que remete a roupas e materiais compatíveis com os rigores do inverno.

A revista *Manchete*, em janeiro de 1964, apresentou a “moda gaúcha”, diretamente de Porto Alegre, atribuindo a Rui o papel de destaque como uma das principais fontes de irradiação de moda feminina do Brasil<sup>260</sup> Consta na reportagem de Salomão Scliar:

Durante três anos, Rui, um jovem gaúcho de Porto Alegre, freqüentou as casas de alta-costura parisienses, tendo trabalhado em algumas como estagiário e em outras como modelista. Assim, quando julgou que já havia aprendido o suficiente, voltou à sua terra e montou a sua própria casa, hoje considerada como uma das principais fontes da moda feminina no Brasil. Seus vestidos revelam concepção de grande originalidade e, principalmente, um acabamento técnico excepcional. Seu ateliê é pequeno e atende uma clientela selecionada entre as mulheres mais elegantes do Rio Grande do Sul e de Montevideú. [...] Rui é imaginoso e possui um temperamento eclético. O seu talento não conhece fronteiras. Não se limita a criar vestidos. Com o mesmo desembaraço, cria também chapéus, de linha original, obedecendo à tradição dos pampas, estilizando-a e dando-lhe uma graça muito particular. Aos seus vestidos de noiva tampouco falta leveza e poesia. Hoje, as elegantes senhoritas de Porto Alegre frequentemente o procuram para que o jovem e vitorioso costureiro desenhe modelos exclusivos, para o grande dia em que realizarão seus sonhos nupciais. A presença de Rui na

---

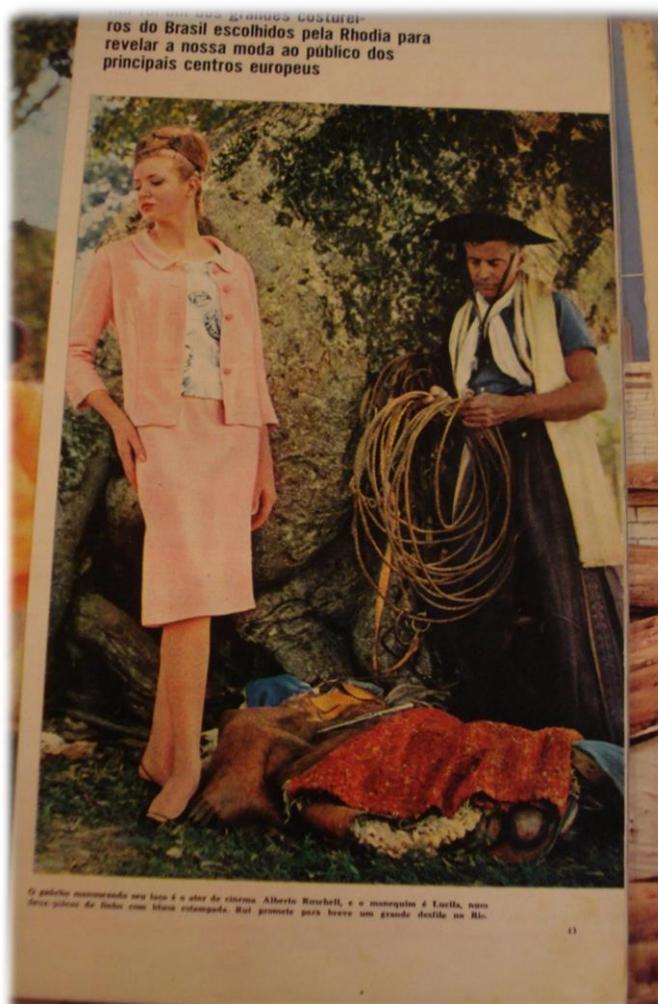
246 SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memória Alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.192

<sup>260</sup> SCLiar, Salomão. Revista *Manchete*, 1964, p.40.

capital gaúcha está sendo marcante: já não se importa tanto a moda do Rio de Janeiro ou de São Paulo<sup>261</sup>

Ao analisar os modelos produzidos por Rui para a Rhodia, vê-se que as criações mantinham certo acordo com as tendências internacionais. (Figura 36)

Figura 36 - Modelos de Rui na Revista Manchete, 1964.



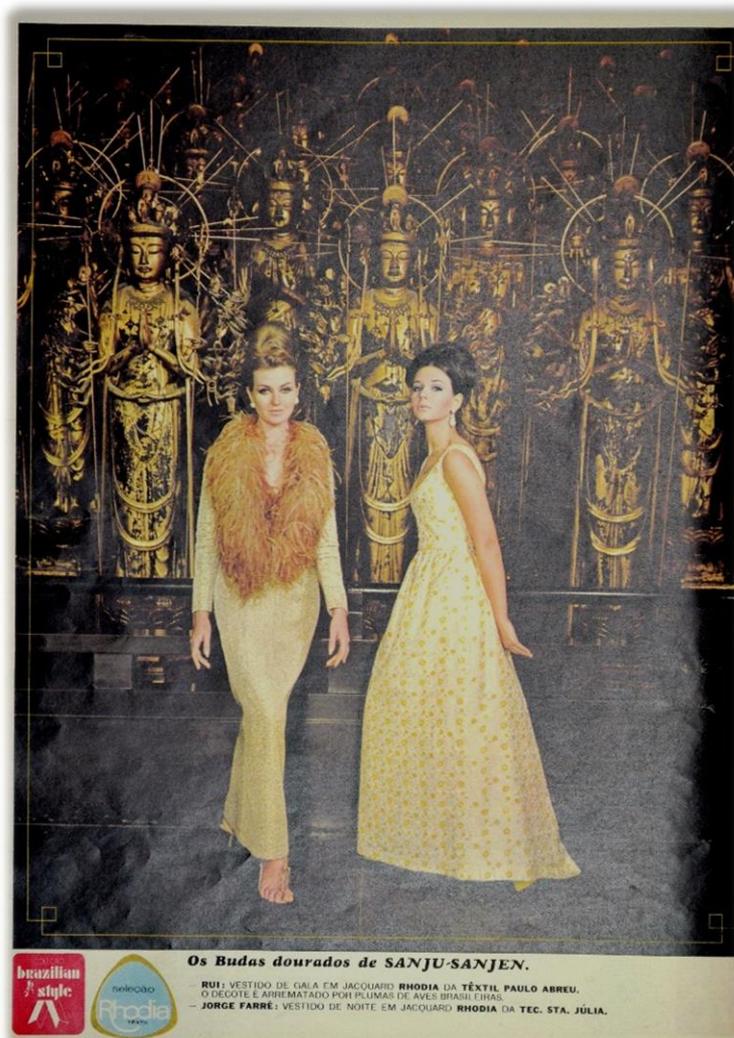
Fonte: Revista Manchete.

Em 1964, por exemplo, após o veto de Livio Rangan ao vestido de noiva inspirado no poncho gaúcho, Rui manteve o orçamento previsto e aproveitou para “lançar no Brasil algo que tinha visto na Europa”.(Figura 37)

<sup>261</sup> Idem.

Um vestido de lamê ouro-velho, todo em fio sintético, logicamente, bem justo e bem decotado, cujo destaque ficava por conta de uma pluma de avestruz acompanhando o decote em V. [...] As cores exibiam-se num matizado de diversos tons, do dourado para o conhaque. Como a pluma de avestruz é muito quente, ela jamais fora usada antes no Brasil e só poderia entrar num vestido de inverno.<sup>262</sup>

Figura 37 - Vestido em lamê com plumas de avestruz para a Rhodia, 1964.



Fonte: Revista Manchete

Pode-se dizer que as “características gaúchas”, no entanto, apareciam em suas coleções e criavam um conjunto harmonioso (especialmente quando colocadas em relação aos modelos dos demais costureiros). A revista *Jóia*, em sua edição de abril de

<sup>262</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.260.

1966 – quando Rui já não mais integrava o time da Rhodia –, reforçou quais seriam essas características:

Toda a sua coleção tem características acentuadamente gaúchas, quer nos cortes, quer nas cores, quer nos detalhes, como os grandes xales, de longas franjas. É a sofisticação a serviço da nossa moda, com influências regionais. Sua categoria, porém, é universal<sup>263</sup>

Dessa forma, conclui-se que os elementos regionais gaúchos (de todas as suas representações), apesar de não se encontrarem associados à “nacionalidade tropical”, em sua diferença acabavam por reforçar a ideia do pertencimento de Rui ao cenário nacional, podendo nele atuar como em prol da diversidade cultural. Um exemplo disso é que os jornais de Porto Alegre passaram a divulgar a participação de Rui nos eventos da Rhodia, o que se confirma com a nota do jornal *Correio do Povo*<sup>264</sup>, quando do lançamento da coleção *Brazilian Look* (1964):

O Rio Grande do Sul pouco a pouco está ocupando lugar de destaque em todos os setores em que o Brasil se salienta. Chegou a vez da moda. O Brasil apresentou na Europa uma coleção de vestidos criados por 7 costureiros classificados como os melhores do país. A criação “Brazilian Look” foi aplaudidíssima pela crítica e pelo mundo elegante da Itália, Líbano e Portugal. [...]São Paulo disse presente através dos costureiros Dener, José Nunes e Fernando José. Do Rio foram apresentadas criações de Joãozinho Miranda e José Ronaldo. Recife apresentou Marcílio e Porto Alegre compareceu com Rui. Portanto nossa cidade foi colocada entre as 4 capitais brasileiras que ditam a moda para o Brasil. E Rui, uma das 7 autoridades no “vestir” brasileiro.<sup>265</sup>

Além de reforçar o discurso proposto por Lívio Rangan em atestar a qualidade dos fios sintéticos da Rhodia a partir do reconhecimento internacional, Rui, figurando entre as “autoridades do vestir” acaba também por atestar a relação de Porto Alegre com a moda—uma relação recíproca. A incursão nacional acabou também por funcionar como estímulo à “energia simbólica” que, para Pierre Bourdieu, é o poder do criador, ou seja, capacidade de mobilizar a energia simbólica produzida pelo conjunto de agentes comprometidos com o campo.<sup>266</sup>

<sup>263</sup> Revista *Joia*, abril de 1966 p.30.

<sup>264</sup> Jornal *Correio do Povo*, julho de 1963.

<sup>265</sup> Idem

<sup>266</sup> BOURDIEU, Pierre. Op.cit.

### 3.3 O Campo da Moda no Brasil

Os desfiles da Rhodia constituem um marco importante para a história da moda no Brasil, especialmente por visar à promoção de uma moda nacional. Também colocaram lado a lado os nomes que se destacavam no “fazer moda”, possibilitando uma abordagem que considerasse suas trajetórias.

Para Rui, integrar o time de costureiros da empresa funcionou como mais uma camada do seu capital simbólico: é quando se inscreve junto aos grandes do seu tempo. Entre os nomes que se destacam nas promoções, Dener é visto com exuberante jovialidade e capacidade de chocar; “comentadíssimo por seu temperamento e suas inusitadas atitudes, é também admiradíssimo pelo talento que revela em cada modelo que cria”<sup>267</sup>

Em seu discurso autobiográfico, Dener credita para si o título de pioneiro na alta-costura no país, “inventor” da moda brasileira, assim como os elementos escolhidos para sustentar essa posição no campo em que atua:

Eu criei a moda brasileira, um estilo próprio e nosso, que fez com que nossas grandes senhoras não precisassem ir vestir-se na Europa. Eu fiz os brasileiros acreditarem em moda, e figurinista passou a ser assunto. Lancei uma imagem e hoje ninguém tem vergonha de dizer que se veste no Brasil. Antes de mim, para ser elegante precisava usar etiqueta de fora (...) Usavam cópias importadas e com grandes assinaturas, só porque a etiqueta era francesa.<sup>268</sup>

Por isso, aproximar seus discursos aos de Rui pode ajudar na compreensão da formação do campo da moda no Brasil, a partir dos anos 1950. Além disso, ambos dividem as mesmas referências, como a admiração por Christian Dior ou, ainda, o reconhecimento de Eva Peron e Jacqueline Kennedy como mulheres elegantes de sua época.

Vale lembrar que campo da moda, na visão de Alexandre Bergamo – amparada em Pierre Bourdieu:

[...] não se limita aos desfiles realizados duas vezes ao ano e que aparecem na mídia como as novas tendências de moda; não se limita aos editoriais das revistas especializadas no assunto; não se limita à ação dos

<sup>267</sup> Revista *Joia*, abril de 1966 p.30.

<sup>268</sup> ABREU, Dener Pamplona. *Dener- o luxo*. São Paulo: Ed. Cosac Naify, 2007. p.99

consultores de moda junto às empresas; não se limita à linguagem publicitária utilizada para a venda dos produtos. [...] O que constitui e dá forma ao campo da moda é a dinâmica que envolve o conjunto das demandas vistas até o momento: são valores, ideias, expectativas e juízos de valor. Mas não apenas isso: é a maneira que cada um desses valores, ideias, expectativas e juízos de valor encontra para sua realização.<sup>269</sup>

Além disso, também é importante retomar os escritos de Alessandra Vaccari, para quem os textos autobiográficos de designers de moda têm desempenhado um papel fundamental na construção desses profissionais como figuras centrais da moda moderna. A moda popularizou um modelo biográfico sobre o qual a história da arte se baseou – que buscava estabelecer uma relação causal entre a vida dos artistas e suas obras, conforme sugerido por Giorgio Vasari. Para Vaccari, “os *insights* profissionais e pessoais encontrados nas memórias escritas dos costureiros fornecem aos seguidores e críticos de moda um quadro para a interpretação do seu trabalho.”<sup>270</sup>

Ainda conforme Vaccari, nos relatos autobiográficos é possível se verificar a recorrência de justificativas acerca da escolha da moda como profissão e meio de expressão. Em alguns casos, “a decisão é descrita como resultado de uma reflexão profunda; em outros como resultado de acontecimentos ou mesmo circunstâncias casuais.”<sup>271</sup> O processo de aprendizagem ou formação profissional aparecem como temas centrais e, nesse processo de construção de uma imagem pública a partir de uma narrativa, alguns costureiros contam “versões notavelmente diferentes de suas histórias de vida, chegando ao ponto de recriá-las ou até mesmo de fabricá-las.”<sup>272</sup>

É possível, assim, compreender o contexto em que esses designers vivem e atuam para, a partir das reminiscências que compõem suas narrativas, suas histórias de vida serem incorporadas pela história da moda. As autobiografias construídas por Rui e Dener, postas lado a lado e analisadas de maneira crítica, podem ultrapassar a perspectiva de um olhar individual e ajudar a construir um panorama sobre as possibilidades de uma moda autoral produzida no Brasil.

<sup>269</sup> BERGAMO, Alexandre. O campo da moda. *Revista de Antropologia*. 1998, v.41, n.2, p.137-184.

<sup>270</sup> VACCARI, Alessandra. Autobiografias de designers de moda como ferramenta para pesquisa histórica. *Modapalavra, E-periodico Dossiê História e Moda: múltiplas faces do saber histórico*. UDESC, ano 8, n.16, jul-dez 2015, p.8. Disponível em: <<http://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/1982615x08162015005/4636>>. Acesso em: 22 Fev. 2019.

<sup>271</sup> Idem

<sup>272</sup> Ibidem

Dener Pamplona de Abreu lançou seu livro de memórias em 1972, sob o título *Dener—o luxo*.<sup>273</sup> O texto parece embarcar no sucesso que o costureiro alcançou nacionalmente como jurado no programa Flávio Cavalcanti, na TV Tupi. À época, justificou não se tratar de uma biografia por abordar mais “os fuxicos” do que a vida pessoal. Queria, como explica, “saciar (ou alimentar) a curiosidade de um personagem chamado Dener”.<sup>274</sup>

Ao encarar a si mesmo como protagonista, descreveu-se como uma celebridade e não economizou em excentricidades para reforçar sua vocação para a moda—já que todos os acasos o fizeram conhecer a fama e o sucesso<sup>275</sup>. No texto, sobram ainda “alfinetadas” a seu grande rival, o costureiro Clodovil Hernandez.<sup>276</sup>

Em comum, Dener e Rui buscaram justificar suas criações na moda francesa – e nela inventam uma tradição também ligada ao fazer. Em suas criações também se percebe um diálogo com questões de gênero e, de certa maneira, uma rivalidade: em momentos políticos bastante diferentes, ambos vestiram primeiras-damas.

Ao cotejar os relatos biográficos de Rui e Dener, como se verá a seguir, aparecem pontos em comum que ajudam a dimensionar o campo da moda no Brasil –

<sup>273</sup> O texto foi reimpresso pela editora Cosac&Naify, em 2007.

<sup>274</sup> ABREU, Dener Pamplona. *Dener- o luxo*. São Paulo: Ed. Cosac Naify, 2007, p.15

<sup>275</sup> Nascido no Pará, em 1936, Dener mudou-se para o Rio de Janeiro com a mãe e a irmã aos 9 anos, após a morte de seu pai. À mãe ele atribui a origem prestigiosa da família, pois educada na Inglaterra, ela teria sido aluna de ballet de Ana Pavlova, quando aluna do Upton Hall Convent. O pai foi jogador de um time de futebol baiano que, após o casamento, passou a trabalhar numa empresa de navegação do rio Amazonas. Na então capital federal, a família instalou-se em uma pensão em Copacabana. Por saber falar inglês, a mãe conseguiu emprego como secretária na Panair, uma das companhias aéreas pioneiras do Brasil. Ainda muito jovem, Dener teria sido descoberto pela diretora da Casa Canadá, importante boutique de luxo, enquanto desenhava durante um engarrafamento, dentro de um ônibus. Mas foi em São Paulo que se consagrou: foi escolhido como costureiro oficial da primeira-dama Maria Thereza Goulart e era o grande destaque no time de costureiros da Rodhia em seus desfiles durante a FENIT. Em 1963, casou-se com Maria-Stella Splendore, com quem teve dois filhos: Frederico Augusto e Maria Leopoldina- que pode ser filha do cantor Roberto Carlos, conforme sugere Maria-Stella em sua autobiografia, atribuindo para si o título de “a namoradinha de um amigo meu”. O casal se separou em 1969. Na década de 1970, quando passou a atuar como jurado no Programa Flávio Cavalcanti e, casou-se com Vera Helena Carvalho- cliente e companheira de júri - de quem divorciou-se em 1977. Morreu em 1978 em decorrência de uma cirrose hepática. Em seus últimos anos, assim como a sua saúde, sua situação financeira vinha se deteriorando: já não chamava a atenção da imprensa de moda e seu último emprego foi em uma loja de vestidos de noiva da Rua São Caetano.

<sup>276</sup> A disputa entre os costureiros inspirou a novela *Ti-ti-ti*, exibida pela Rede Globo exibida em 1985. O enredo aborda o universo da alta-costura em tom de comédia, reforçando uma imagem estereotipada dos costureiros. A trama foi retomada, sob o mesmo título, em 2010 e incorporou personagens de outras novelas como *Plumas e Paetês* (1980) e *Brega e Chic* (1987) que também abordam o mundo da moda e das aparências. Na narrativa de Dener, Clodovil ocupa o papel de antagonista, reforçando a ideia de um campo em disputa.

suas influências e invenções, bem como a consolidação da figura do costureiro em um espaço, até então, majoritariamente feminino.

### 3.4 O Fazer das Roupas: até onde um espaço feminino?

No século XIX, como observa Wanda Maleronka, o termo *costureira* referia-se à mulher que cosia vestidos, toucas e roupas brancas. Já *modista* designava a pessoa cujo ofício era adornar ou vender trajes que acompanhavam a moda.<sup>277</sup>

Com Charles Worth, inglês radicado em Paris e precursor da alta-costura, surge a figura do costureiro que ganha nova importância por incorporar à sua função algo de artístico; além de executor, é o responsável pela criação dos modelos – o que o emancipa do papel de simples artesão. Para Gilles Lipovetsky,

A vocação criadora do costureiro, que define a própria Alta-Costura, é inseparável e uma nova lógica no funcionamento da moda: realizou-se uma mutação organizacional que assinala a entrada da moda na era da produção moderna. Até Worth, o alfaiate, a costureira, a comerciante de modas jamais deixaram de trabalhar em ligação direta com a cliente; é de comum acordo que elaboram a toalete, a elegante fazendo valer seu gosto e suas preferências, orientando o trabalho dos profissionais da moda (...) Comparado a este dispositivo artesanal, o gesto de Worth é crucial: equivale a destruição da secular lógica de subordinação (...) Essa passagem brusca indica a incontestável novidade histórica da Alta-Costura: de uma época em que a cliente coopera com a costureira a partir de um modelo em suma fixo, passou-se a uma era em que o vestuário é concebido, inventado de ponta a ponta pelo profissional em função de sua 'inspiração' e de seu gosto.<sup>278</sup>

Lourdes Cerillo Rubio, porém, sustenta a ideia de que Charles Worth deu continuidade a uma ideia de produção de roupas inicialmente sedimentada por Rose Bertin, modista de Maria Antonieta. Para Rubio, o reconhecimento de Bertin representava, de certa maneira, o reconhecimento do trabalho das costureiras na

<sup>277</sup> MALERONKA, Wanda. *Fazer roupa virou moda*. Ed. Senac, São Paulo, 2007, p.28

<sup>278</sup> LIPOVETSKY, Gilles, *O Império do efêmero*. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Ed. Companhia de bolso, 2009 p.106-107.

tarefa de vestir as mulheres – até então específica da guilda dos alfaiates, únicos responsáveis pela produção de roupas masculinas e femininas.<sup>279</sup>

Paulo Debom observa ainda que, voltado a uma clientela abastada, Worth não atendia as clientes a domicílio, o que era uma prática, mas as recebia com hora marcada em sua *maison de couture*. Debom ressalta também que, à época, por volta de 1860, na maioria dos casos, as roupas femininas eram confeccionadas por mulheres. Worth, segundo o autor, entrou “no campo de batalha com um diferencial que poderia se virar contra ele mesmo” – o que acabou não acontecendo, visto o número crescente de costureiros dedicados à moda feminina que surgiram a partir da segunda metade do século XIX.<sup>280</sup>

Ao lançar luz sobre as atividades das mulheres ao longo da história, Michelle Perrot observa que, muitas vezes, as qualidades manuais são encaradas como “habilidades inatas” femininas. A expressão “nasceu com a agulha entre os dedos” é recorrente, uma vez que costurar é uma aprendizagem passado através de gerações – especialmente durante o século XIX, quando se formou um imaginário povoado por *grisettes* e *midinettes*<sup>281</sup> em torno daquelas que deixavam o interior para se empregar em Paris. Como observa a autora:

A primeira Revolução Industrial é a do têxtil. No século XIX há ainda mais trabalho nesse setor. É o grande século da roupa de cama, das anáguas e da lingerie, da moda. Para atender a essa demanda desenvolvem-se todos os tipos de ofícios (...) Talvez abranja três quartos dos empregos femininos de Paris. Cada cidade tem seu ateliê de costura, cada povoado sua costureira: pessoa importante, confidente das mulheres, mediadora entre a capital e a província, na qual “as modas de Paris” são lei.”<sup>282</sup>

<sup>279</sup> RUBIO, Lourdes Cerilo. *La moda moderna*. Génesis de um arte nuevo. Madrid: Ed. Siruela, 2010.

<sup>280</sup> DEBOM, Paulo. Worth, o precursor da alta-costura. *Revista dObras*, v. 10, n.21, 2017, p. 80-98.

<sup>281</sup> O termo *grisette* surgiu na França ao final do século XVII para se referir às mulheres da classe trabalhadora que muitas vezes se ocupavam de tarefas relacionadas a costura- cerzidos, rendas e roupas brancas. Por não terem família nem bens, precisavam trabalhar para viver, sendo muitas vezes sensíveis à sedução dos homens da boa sociedade. Já as *midinettes* são as costureiras que se dedicam à moda- uma espécie de evolução da *grisette*. Ver exposição *Elle coud, elle court, la grisette*- Musée Balzac, 2011-2012. Informações disponíveis em: < <http://www.officiel-galleries-musees.com/maisons-d-artistes/maison-de-balzac-musee/exposition/elle-coud-elle-court-la-grisette> > Acesso em 26 Fev. 2019.

<sup>282</sup> PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. Trad. Angela M.S. Correa. São Paulo: Ed. Conexto, 2016, p.122.

Na França, em 1880, o ensino feminino secundário previa, por lei, o ensino de “higiene, economia doméstica e trabalhos de agulha”, além de conhecimentos em literatura, geografia, história e aritmética. Em 1919, o ensino técnico comercial e industrial passou a ser regulamentado, favorecendo, por exemplo, a criação da Escola da *Chambre Syndicale*, voltada para a formação de aprendizes e trabalhadores para atuar na alta-costura.

O sucesso de Charles Worth, portanto, celebrou o reconhecimento em um espaço onde, “sempre no masculino, o costureiro, distinto da costureira e do alfaiate, que permanecem ligados aos ofícios, despontaram como autoridades do gosto e gestores da indústria de moda.”<sup>283</sup> Com autoridade criativa, o costureiro inaugura uma nova lógica onde “o vestuário é concebido, inventado de ponta a ponta pelo profissional em função de sua ‘inspiração’ e de seu gosto”.<sup>284</sup>

No Brasil, a partir da Lei de Instrução Pública de 1827, o ensino feminino relaciona-se aos labores manuais e ao conjunto de saberes ligado ao universo doméstico – culinária, manutenção de roupas, higiene e limpeza do lar, por exemplo. As instituições de ensino femininas buscavam, além do conteúdo habitual, uma educação de cunho estético, que visava ao domínio das prendas domésticas e trabalhos manuais como forma de reforçar a atuação feminina do papel de mãe, esposa e dona-de-casa, ou ainda, promovendo às menos favorecidas a oportunidade de exercer um ofício condizente com a “natureza feminina”. Já em 1937, o Plano Nacional de Educação, idealizado pelo ministro Gustavo Capanema, previa uma “educação doméstica” para as adolescentes, voltada para a vida prática ou para formações técnicas e artífices, contribuindo para a criação de escolas técnicas femininas.<sup>285</sup>

O trabalho de costura no país, conforme Maleronka, ocorria em duas situações distintas: ora a costureira trabalhava por conta própria, oferecendo seus serviços e

---

<sup>283</sup> RAMOS, Maria Lucia Bueno. Cultura visual e estilos de via. As revistas de moda francesa e as estratégias de marketing da alta-costura no início do século XX. *Revista Maracanan*. v.12, n.14, 2016, p-75-96.

<sup>284</sup> LIPOVESTKY, Gilles. *O Império do efêmero*. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Ed. Companhia de bolso, 2009. p. 107

<sup>285</sup> SCHOLL, Raphael. Memórias (entre) laçadas: mulheres, labores e moda na Escola Técnica Sen. Ernesto Dornelles de Porto Alegre/RS (1946-1971). Dissertação (Mestrado em Educação). PUCRS, 2012.

desenvolvendo um trabalho autônomo, ora atuava como trabalhadora assalariada, em oficinas ou em situações intermediárias, sendo subcontratada por lojas ou por alfaiates.<sup>286</sup>

Em seu livro, Rui conta que, ao retornar de Paris, Porto Alegre vivia “no tempo das madames”. Ou seja, os nomes ligados à moda eram todos femininos; costureiras e chapeleiras se ocupavam do ofício de vestir as mulheres. Uma dessas “madames”, Elaine Caldas, recebeu Rui como aprendiz – à época em que realizou seu primeiro desfile em Novo Hamburgo. Mary Steigleder, além disso, foi sempre apontada como sua grande antagonista.

Também Dener, em sua autobiografia, comenta o incentivo recebido de Ruth da Silveira, dona de um importante ateliê no Rio de Janeiro – além do suposto aprendizado com Mena Fiala. Conforme Dener, o trabalho com Ruth, além de lhe garantir visibilidade, o ajudou na construção de uma imagem pessoal fora dos padrões – de “fundir a cuca”:

Ruth Silveira me mandava para outros estados do Brasil para lançar coleções e eu começava a ser conhecido em todo o Brasil. O que eu fazia naquele tempo dava para fundir a cuca de toda uma geração elegante. Eu já usava cabelo comprido, só me penteava em cabeleireiro, usava lenço de renda no punho, tirava fotografias que ainda podem ser chamadas de extravagantes.<sup>287</sup>

Mesmo que ambos tenham reconhecido seu período como aprendizes, não registram fatos relativos ao aprendizado com essas mulheres. Legitimam sua formação em espaços femininos, ligados a uma tradição francesa; no caso de Dener, reconhece a Casa Canadá como sua grande escola, forjando uma verdade. Já Rui abraça o posto de primeiro brasileiro a estudar moda na Escola da *Chambre Syndicale*. Tais espaços funcionam como aval para atuar como costureiros, ou seja, envolvidos na tarefa criativa de produzir roupas para mulheres, bem como os capacitam como árbitros de conceitos de elegância – tal como Christian Dior.

---

<sup>286</sup> MALERONKA, Wanda. *Fazer roupa virou moda*. São Paulo: Senac, 2007, p.28

<sup>287</sup> ABREU, Dener Pamplona. Op.Cit. p.55

Se Dener, em seu livro, afirmou ter sido convidado para substituir Christian Dior pois “precisavam de um grande costureiro que fosse uma grande vedete” – enquanto “Saint-Laurent ia fazer o serviço militar”<sup>288</sup>; Rui explora o fato de ter estudado na mesma escola de Yves Saint-Laurent, colocando-se ao seu lado, assim como ao lado de Karl Lagerfeld, dois nomes importantes para a moda do século XX.

Para ambos, o grande desafio de entrar em um espaço feminino parece ter sido em relação à sexualidade – ou à confusão que poderia ser causada envolvendo questões de orientação sexual. Dener destaca a preocupação da mãe em relação à sua contratação pela Casa Canadá. Apesar da fantasia em relação ao fato, fica evidente a questão da homossexualidade como uma preocupação:

Não consegui entender porque não houve muito entusiasmo. Só depois vim a saber que, naquele tempo, costureiro era sinônimo de homossexual. Com muita habilidade, minha mãe foi explicando que era muito perigoso eu me meter em um meio diferente, para o qual eu não estava preparado.<sup>289</sup>

Em outra passagem, sobre sua participação no Programa Flávio Cavalcanti, Dener disse: “fiz o meu gênero que é sofisticado, e resolvi caricaturar ainda mais a minha maneira de ser”.<sup>290</sup> O cabelo comprido e os punhos de renda somavam-se à atuação, que, como resultado, foi considerada uma ameaça à moral e aos bons costumes por evidenciar um “comportamento sexual com ausência de virilidade, na opinião de Carlos Dória.<sup>291</sup>

A imagem de dândi e a admiração por Oscar Wilde reforçavam a imagem de Dener como um esteta, preocupado em construir uma imagem de si, capaz de gerenciar exageros e caricaturas. Como observa Maria Claudia Bonadio, além de um estilo que remetia ao passado e o gestual delicado, a imprensa seguiu associando a imagem de Dener à feminilidade – apesar das transformações da moda masculina a

---

<sup>288</sup> ABREU, Dener Pamplona. Op.cit. p.83

<sup>289</sup> Idem. p.45

<sup>290</sup> Ibidem, p.130

<sup>291</sup> DORIA, Carlos. *Bordado da Fama uma biografia de Dener*. São Paulo:Ed. SENAC, 1998. p.137.

partir de 1960: “o que para a turma do rock era um estilo, uma atitude contracultural, para o costureiro era efeminação”.<sup>292</sup>

Rui gosta de repetir que, entre os motivos do seu sucesso quando recém chegado de Paris a Porto Alegre, estavam o fato de ser jovem, bonito e falar francês. Em seu livro, conta que trabalhou posando nu, como modelo vivo, aos alunos da escola da *Grande Chaumière*<sup>293</sup> e, ainda, que foi *taxi boy*, ou seja, era contratado para acompanhar clientes desacompanhadas em uma boate em Pigalle.<sup>294</sup>

Na volta para o Brasil, em 1955, Rui embarcou no porto de Roterdã em um navio cargueiro que fez em escala em Salvador, Recife, Rio de Janeiro e Santos. No último porto, foi preso por atentado ao pudor:

Depois me aconteceu de ir tomar banho na praia de Santos e ser preso por atentado ao pudor. Pois estava eu tomando um bom banho de mar, bem sossegado, quando ouço dois policiais gritando na minha direção:

-Sai da água.

Olhei à minha volta e não tinha mais ninguém por perto.

-Eu?

-Você mesmo.

Saí da água.

-Faça o favor de nos acompanhar, que o senhor está preso.

- Mas preso por quê?

- Atentado ao pudor. Essa sua roupa de banho é uma pouca vergonha.

Eu estava usando uma sunga, que era o traje de banho masculino usado normalmente em Paris. Também em Paris eu descobri as cuecas tipo sunga, enquanto que no Brasil só existiam as samba-canção.(...) Sair da capital francesa e voltar para a capital dos gaúchos na década de 50 não foi um processo de choques culturais.

Mas, lá estava eu, na praia de Santos, explicando a dois guardas que aquilo era minha roupa de banho, moda francesa. E ainda mostrei meu passaporte para mostrar que estava chegando da França. O argumento não os convenceu. Precisei explicar-me com o delegado e este sim entendeu minha

---

<sup>292</sup> BONADIO, Maria Claudia. As roupas do costureiro, ou Dener Pamplona de Abreu e as representações de si. In: BONADIO, Maria Claudia. SIMILI, Ivana.(org). *Histórias do vestir masculino, narrativas de moda, beleza e elegância*. Maringá: Ed. UEM, 2017 p.116

<sup>293</sup> “Nesse meu tempo de estudante em Paris também defendi um dinheirinho posando nu para artistas plásticos. (...) trabalhei na Grande Chaumière, uma casa famosa desde os tempos do impressionismo, com cerca de 10 salas (...) A casa funcionava como um ateliê de artistas plásticos iniciantes, sem condições financeiras de ter o seu próprio espaço de trabalho. Artistas mais experientes orientavam os principiantes, o que conferia ares de escola ao ateliê.” SPOHR, Rui. VIÉGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.87.

<sup>294</sup> “Ciente de minha eterna preocupação com a falta de dinheiro, ela [uma amiga] um dia me pergunta-me se eu não gostaria de trabalhar como *taxi boy*. Como eu não sabia o que era um *taxi boy*, ela explicou: um jovem de boa apresentação, contratado para dançar com as clientes desacompanhadas de uma boate.” Idem, p. 81.

situação. Mas que eu nunca mais aparecesse na praia daquele jeito, porque ‘teve gente que deu parte do senhor, que andava pelado por aí’. Está certo que a sunga era bastante escassa, na frente tapando mal e mal os pêlos do púbis e atrás tapando só metade das nádegas, mas era o que havia de moderno na França.<sup>295</sup>

Em uma época em que as tendências de moda vinham da França e o estilo de cintura marcada e saia ampla (sugerido por Dior) ainda estava em voga, a primeira tarefa de Rui como aquele que se “civilizou” aos modos europeus diretamente na capital da moda não foi ensinar como vestir, mas sim como despir. A sunga representava a noção de que exibir o corpo era comportamento moderno, que na França não era visto como falta de decoro apesar da escassez de tecido. Rui precisou explicar que o (quase) nu também poderia ser norma, ao menos quando se tratava de roupa de banho. Claro que o traje limitado incomodava não apenas pela (quase) nudez, mas porque exibir-se dessa forma poderia ser encarado como atitude pouco masculina.

No que se refere à homossexualidade e à forma como era percebida, à época, especialmente através de seus códigos no vestuário, Florence Tamagne observa que:

Quer se tratar de afirmar a sua diferença, afetando, por exemplo, uma coloração (traje) flamenjante, de marcar a sua recusa dos estereótipos, privilegiando uma apresentação de si hiperviril, ou de semear a confusão, misturando os signos, o jogo sobre as aparências está no cerne das identidades homossexuais, pois ele permite expressar ao mesmo tempo uma sensibilidade pessoal e o pertencimento a um grupo. Não obstante, e isto apesar de muitas imagens que vieram tornar complexo e/ou contradizerem o clichê, o estereótipo do ‘invertido’ afeminado continua a impregnar as representações. O homossexual é ainda frequentemente percebido como um homem ‘fracassado’ aquele que falhou nos testes da virilidade.<sup>296</sup>

Flugel fala sobre o que chamou de a Grande Renúncia Masculina durante o século XIX: quando o homem “abandonou sua reivindicação de ser considerado belo, objetivou, assim, ser considerado somente útil”, transferindo às mulheres

---

<sup>295</sup> Ibidem, 99-100

<sup>296</sup> TAMAGNE, Florence. Mutações homossexuais. In: *História da virilidade*. v.3. Petrópolis: Ed. Vozes, 2013, p.425.

características como a beleza, acompanhada da exibição sartória.<sup>297</sup> Nesse sentido a moda moderna, para Elizabeth Wilson, “brinca permanentemente com a distinção entre masculinidade e feminilidade” ou, ainda “no seu estado de espírito modernista, namora com estes perigos dos limites, não só os limites da androginia, como também os limites da decência, do bom gosto e da higiene mental”.<sup>298</sup>

Ao ajudar a “inventar” a moda brasileira, Dener e Rui construíram também uma imagem comprometida com a vanguarda, com o novo, com “espírito do tempo” da moda – que é sempre jovem. Apesar disso, colocam essa imagem a serviço de uma clientela que podia ser compreendida por seus valores tradicionais, que buscava na moda elementos distintivos para compor uma identidade social. O comportamento limítrofe, conforme sugerido por Wilson, acabou por funcionar como uma espécie de rebeldia aceita – tal como o utilizado por Yves Saint-Laurent –, que os colocou em uma posição “de centro” no campo da moda.

Sem deixar a tradição de lado, comprometeram-se com a vanguarda e, através dela, ajudaram a renovar códigos estabelecidos de (bom) gosto e de distinção, respeitando os limites do socialmente (e também moralmente) aceito.

### 3.5 A Invenção de uma Tradição Nacional

Sobre a criação de um estilo que representasse a moda brasileira – fosse “próprio e nosso” –, em suas memórias, Dener diz: “Resolvi libertar-me de modelos e das concepções que havia e começar a criar uma verdadeira moda brasileira, da minha cabeça. Seguindo é claro as grandes linhas que a orientação francesa dita para todo mundo, mas só a orientação.”<sup>299</sup> Seu pioneirismo residiria em um estilo de traços criativos, mas calcado em uma espécie de herança francesa.

---

<sup>297</sup> FLÜGEL, J. C. *A Psicologia das Roupas*. São Paulo: Mestre Jou, 1966, p.100

<sup>298</sup> WILSON, Elisabeth. *Enfeitada de sonhos, moda e modernidade*. Trad. Maria João Freire Lisboa: Edições 70, 1989, p.178

<sup>299</sup> Idem, p.49.

Os conhecimentos necessários para essa empreitada Dener teria aprendido na Casa Canadá, quando ainda residia no Rio de Janeiro. Fundada no final da década de 1920, foi a primeira casa de peles do Brasil. Sob o comando de Mena Fiala, a boutique de luxo pretendia trazer o glamour de Paris para o Rio de Janeiro – e o fazia através de desfiles, assim como comercializava cópias autorizadas de grandes *maisons* de alta-costura francesa. O primeiro grande evento aconteceu em 1944, quando foi fundada a Canada Deluxe. Firmou-se como referência, incorporando o atendimento com hora marcada e presença permanente de manequins para desfilarem para as clientes – tal como acontecia em Paris.

A reprodução e interpretação de moldes estrangeiros foi uma das características mais marcantes da Canada Deluxe: Mena Fiala adquiriu *toiles* na França e, com isso, o direito de reproduzir e adaptar os modelos no Brasil. Segundo Cristina Seixas, o recurso de adquirir vestidos em Paris para reproduzi-los localmente, de certa forma, resultou no aperfeiçoamento da mão de obra local, que assimilou métodos e técnicas da alta-costura.<sup>300</sup>

Para Seixas, o método representava uma “antropofagia *fashion*”: ao buscar assimilar as qualidades da moda francesa, mobilizavam-se contramestres e costureiras. As equipes seguiam regras rígidas para confeccionar *tailleurs*, vestidos de baile, vestidos de noiva e outros modelos, além de efetuar eventuais consertos. Sobre esse processo:

Copiar não significava falsificar, mesmo porque, ao vender os modelos, a cliente era informada qual a cópia e qual o original, sendo esse acompanhado de sua etiqueta parisiense e suas identificações, garantindo-lhe a procedência. Era a maneira de satisfazer as clientes que podiam exibir ‘quase exclusivamente’ as criações de Dior, Fath, Balenciaga, Grès, e outros, sem por isso massificar aqueles modelos.<sup>301</sup>

O processo de comercialização de *toiles* teria sido estimulado por Worth, que vendia modelos para serem copiados, especialmente pelas lojas de departamento

---

<sup>300</sup> SEIXAS, Cristina. *Casa Canadá, a questão da cópia e da interpretação na produção de moda na década de 1950*. Rio de Janeiro: Ed. Cassará, 2015.

<sup>301</sup> Idem, p.92

americanas<sup>302</sup>. A proliferação desses modelos adaptados teria sido responsável pela introdução de etiquetas nas peças<sup>303</sup>, forma de delimitá-la como uma espécie de “cópia autorizada” – como acontecia na Casa Canadá.

Com precisão, Dener relembra a Casa Canadá como espaço onde foi reconhecido profissionalmente,desenhando modelos até mesmo para a então primeira-dama Sarah Kubistchek. Para Dener, a boutique carioca foi sua primeira escola, onde aprendeu todos os segredos da alta-costura:

Os detalhes profissionais, pequenos segredos da profissão, eu fui aprendendo na Canadá. Criava caso, discutia com todo mundo, mas ia ouvindo o que me interessava (...) Sem que ninguém me obrigasse, eu acompanhava a confecção dos meus vestidos. Discutia na oficina até a linha que usava. Às vezes largava a casa feito um louco e saía pela rua para descobrir uma fita ou pedaço de fazenda que diziam não ter arranjado para um modelo que eu imaginara.”<sup>304</sup>

Apesar também de Carlos Doria, na biografia escrita sobre o costureiro, reforçar a passagem de Dener na boutique carioca, antes de se fixar em São Paulo, em 1998, Mena Fiala admitiu à jornalista Fernanda Queiroz que Dener nunca trabalhou na Canadá:

Ela omitira o fato até então apenas para fazê-lo feliz e, além disso, não seria nenhum demérito para a casa se Dener realmente tivesse passado por lá. Mena revela que ele frequentou a casa, ainda menino, apenas como acompanhante de uma funcionária: ficava quieto, sentado no ateliê, mas não deve ter conhecido sequer o salão”<sup>305</sup>

O período de aprendizagem na Casa Canadá também é retomado por Alexandre Bergamo, que cita a autobiografia do costureiro. Essa estratégia lembra a utilizada por Gabrielle Chanel. Ao ditar suas memórias a Paul Morand, o passado como

---

<sup>302</sup> TROY, Nacy, J. *Couture Culture*. A study in modern art and fashion. Massachusetts: The MIT Press, 2003.

<sup>303</sup> As especialistas em indumentária do Museu Galliera observam que, apesar desta prática, as peças de alta-costura francesa passaram a ser etiquetadas pelas marcas, de maneira mais frequente, apenas a partir dos anos 1920.

<sup>304</sup> ABREU, Dener Pamplona. Op. cit.p.47-48.

<sup>305</sup> QUEIROZ, Fernanda. *Os estilistas*. Coleção “O mundo da moda” volume 8. São Paulo: Ed. SENAI, 1998 p.9

órfã em um convento depois da morte da mãe, o abandono pelo pai e a infância pobre, bem como o primeiro emprego em um cabaré, são amenizados.<sup>306</sup>

Constrói-se, assim, uma mitologia pessoal – apoiada em um conjunto de anedotas e peculiaridades. Como observa Alessandra Vaccari, seria um processo de “moldar a própria lenda” e criar confusão quanto à origem: versões enigmáticas ou até mesmo aumentadas de alguns fatos. Essa moldagem contribui para o trabalho de enquadramento de memória, como sugerido por Michel Pollak.<sup>307</sup>

Não se trata aqui de questionar a veracidade do período de aprendizagem de Dener, mas de perceber como, ao construir seu discurso de inventor da moda brasileira, ele buscou referências que o legitimassem a ocupar o posto. E com tais referências, por sua vez, estavam intimamente ligadas à moda francesa e aos seus padrões.

Também Rui, tal como fez Mena Fiala na Casa Canadá, ao fazer roupas sob-medida buscou recriar em Porto Alegre um ateliê nos moldes das grandes casas francesas. A formação na França e assessoria da esposa, Dóris, foram legitimadores:

Na Pinto Bandeira havia montado-se uma verdadeira *maison de couture*, conforme os moldes europeus. No térreo havia uma sala de provas repartida por biombos, onde duas clientes podiam provar roupas simultaneamente. Podia-se ter uma provando um vestido do flou e outra do tailleur, por exemplo. Dóris, encarregada também da seção flou, acompanhava também a primeira e a chefe de seção de alfaiataria acompanhava a segunda. Eu passava de um provador para o outro (...) Aquele foi o período áureo da dita alta-costura, melhor dizendo, dos vestidos sob medida. As clientes chegavam a encomendar cinco roupas por estação. Também fornecíamos chapéus e sapatos que compunham o traje e tudo era entregue dentro de caixas, num atendimento fiel à magia das casas de alta-costura da Europa.”<sup>308</sup>

Percebe-se que Rui e Dener construíram, de maneira semelhante, os alicerces para a promoção de uma moda autoral que, apesar de ainda fortemente inspirada nas tendências internacionais (em especial na moda francesa), buscava certa autonomia. Autonomia, mas não mais o rótulo de cópia fiel.

<sup>306</sup> MORAND, Paul. *L'allure de Chanel*. Folio, Paris, 2009.

<sup>307</sup> POLLAK, Michel, Op.cit.

<sup>308</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.140.

Para que isso fosse possível – a criação de um estilo "próprio e nosso", como reivindicava Dener, foi necessário adaptar técnicas e metodologias de trabalho – em que a interpretação e a adequação fizessem parte de um processo praticamente pedagógico. Forjar uma tradição, como forma de legitimar a produção nacional, era um esforço para que a moda brasileira fosse reconhecida com igual qualidade à produção parisiense.

Como observa Diana Crane, na produção francesa as normas e valores compartilhados constituem um *savoir-faire*, transmitido como herança: “uma ampla rede de aprendizes interligava a maior parte das principais casas a muitas das menores. Jovens criadores começavam suas carreiras nas casas dos já estabelecidos”.<sup>309</sup>

Na ausência de um *savoir-faire* local, a “invenção” reivindicada por Dener – e em prol da qual Rui também se moveu – corresponderia a uma tradição inventada (como define Eric Hobsbawn<sup>310</sup>). *Toile*, “contra-mestras”, “primeiras”, *flou* e *tailleur* constituem um vocabulário bastante específico, adaptado não apenas à forma de se referir a técnicas, mas de exigir uma postura em relação ao trabalho (com suas variações e hierarquias, com “ajudantes e aprendizes, todas de guarda-pó branco”<sup>311</sup>) centrada na ação do costureiro.

Nessa nova dinâmica, o afrancesamento extrapolava as expressões, indo além do sotaque: incorporava-se às rotinas das oficinas de costura e acabava por ditar também o “fazer moda” no que tange aos métodos e técnicas da confecção das roupas.

### 3.6 Um Possível Duelo entre Rui e Dener

---

<sup>309</sup> CRANE, Diana. *A moda e seu papel social, classe gênero e identidade das roupas*. Trad. Cristina Coimbra. São Paulo: Ed. Senac, 2009. p.279.

<sup>310</sup> HOBBSAWN, Eric. A invenção das tradições. In: HOBBSAWN, Eric e RINGER, TERENCE. *A invenção das* Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1984, p.9-23.

<sup>311</sup> SEIXAS, Cristina. *Casa Canadá, a questão da cópia e da interpretação na produção de moda na década de 1950*. Rio de Janeiro: Ed. Cassará, 2015. p. 96.

Em suas memórias, Rui insinua que, ao longo das promoções da Rhodia, Dener foi “a grande dor de cabeça de Livio [Rangan]”. Ele mesmo, na contramão, se colocava como “todo certinho, bem direitinho, sempre o primeiro a entregar as roupas encomendadas”.<sup>312</sup>

Essa possível disputa foi retomada em entrevista recente, quando Rui rememorou a um jornalista do Jornal Zero Hora o “quase” vestido de noiva de Elis Regina. A imagem da cantora em seu ateliê e a conversa animada em torno do modelo – que seria de organdi branco com um véu estilizado de cetim azul claro – também aparece em suas memórias.<sup>313</sup>

Pouco antes da data da primeira prova do modelo, a cantora, por telegrama, cancelou a encomenda. Em seguida, a imprensa divulgou que Dener seria o escolhido para criar o vestido de noiva de Elis: “Aquele vestido de noiva foi um dos mais comentados das últimas décadas, belíssimo”, reconhece (Figura 38). Porém, assume certa decepção em não ter vestido a cantora, no auge da carreira, em momento tão importante – que, conseqüentemente, traria-lhe visibilidade. Sobre o episódio, disse Rui: “Toda imprensa nacional publicou (e continua publicando) as fotos daquele casamento da Elis Regina. Por muito tempo ainda guardei de lembrança o *toile* daquele vestido de noiva que não fiz.”<sup>314</sup>

---

<sup>312</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 258.

<sup>313</sup> ZERO HORA, Conheça a trajetória de Rui Spohr, o mais emblemático estilista do sul, 23 de novembro de 2013. Caderno Donna.

<sup>314</sup> SPOHR, VIEGAS-FARIA, Op.cit. p.260.

Figura 38 - Dener no casamento de Elis Regina, 1967.



Fonte: Acervo José Gayegos.

Se Dener saiu vitorioso em relação ao vestido da cantora, ambos os costureiros tiveram a possibilidade de vestir primeiras-damas – o que, além de chamar a atenção para as questões políticas do país, revela, de certa forma, como tais associações repercutiram em suas carreiras.

Em seu livro, Rui lamenta o fato de, em 1964, não ter podido fazer o vestido de noiva que encerraria o desfile da Rhodia – fato anteriormente mencionado. Apesar de ser o costureiro escolhido, o modelo idealizado buscava fazer referência ao Rio Grande do Sul e baseava-se no poncho do gaúcho. Com a deposição do então presidente João Goulart, Lívio Rangan enviou um telegrama a Rui, a respeito do vestido: “Lamento, devido situação política vestido de noiva não é mais seu. Próxima coleção nada deve lembrar gaúchos”.<sup>315</sup>

O Golpe de 64 também repercutiu na carreira de Dener: a então primeira-dama Maria Theresa Goulart era uma de suas principais clientes. Em suas memórias, as

---

<sup>315</sup> Idem.

questões políticas parecem não afetá-lo – embora o vestido azul turquesa que Maria Teresa usou no momento de deposição não tenha jamais sido tolerado (Figura 39). Um suposto diálogo com um policial sobre o assunto, com apelo de anedota, consta em seu livro:

A sorte de Jango e de Maria Teresa não me preocupava. O exército é civilizado e não iria decapitá-los nem fuzilá-los no escuro. São ricos, continuariam a viver bem. O resto, ser presidente ou não, ter ou não ter poder, esses são problemas políticos, e eu não me preocupo com eles.

Quando cheguei a minha casa, para afinal dormir, tive uma das maiores decepções da minha vida: recebi a notícia da deposição e pude ver detalhes nos jornais e ouvi-los de pessoas mais bem informadas. Como profissional aquilo havia me atingido mais do que qualquer outra coisa. Eu pude logo desabafar porque estava no telefone um policial da delegacia do bairro, evidentemente aproveitando a hora para bancar o importante. Queria falar comigo:

"Eu soube que o senhor essa noite estava revoltado. O senhor é amigo da família presidencial...e o senhor está mesmo revoltado?"

'Revoltadíssimo meu senhor. O que Maria Teresa fez é um crime. Um crime!(...)

"Eu fiz vestidos para Maria Teresa para todas as ocasiões. Para recepções, para casamentos, para funeral, para solenidades oficiais. Só não fiz um vestido para a deposição. Porque ela não me pediu. Mas Maria Teresa tinha roupas apropriadas. Poderia usar um tailleur marrom, cinza grafite, ou um tailleur preto com blusa branca. Pois não é que ela perde a cabeça, fica nervosa, sei lá o que aconteceu."

O policial espantado, me interrompe para perguntar o que tinha acontecido.

"Ora, o que aconteceu! O que aconteceu é que ela foi exilada de turquesa".<sup>316</sup>

---

<sup>316</sup> ABREU, Dener Pamplona. Op. cit p-75-76

Figura 39 - Comício de João Goulart na Central do Brasil, 1964.



Fonte: Jornal O Globo.

A parceria entre Dener e Maria Thereza teria se dado em função de um possível encontro entre a primeira-dama brasileira e a americana Jacqueline Kennedy, considerada uma referência de estilo e muito admirada por sua beleza. A função de Dener seria cuidar da imagem da jovem – e igualmente bela – Maria Thereza, tal qual o costureiro Oleg Cassini fazia com Jackie.<sup>317</sup>

Para Ivana Simili, vivia-se um período de rejuvenescimento e modernização do país, calcado em uma política desenvolvimentista, que ecoou nas aparências: “fazia-se fundamental rejuvenescer o corpo e os sentimentos, era preciso que cada pessoa compatibilizasse as aparências individuais com as imagens que o país projetava para si

---

<sup>317</sup> Idem.

no cenário nacional e internacional, como uma nação dinâmica, jovem, que progredia”.<sup>318</sup>

Carlos Dória, em sua biografia sobre Dener, conta que o costureiro iria compor o guarda-roupa da primeira-dama com tons de cores claras, que combinam com o seu “tipo moreno,”.<sup>319</sup> Neste sentido, além de assumir uma nova posição social a partir de sua representação política, Maria Thereza passou a representar um ideal de beleza brasileira, valorizado pelos modelos do dito inventor da alta-costura nacional. Com observa Simili:

Uma mulher dedicada ao Brasil, às causas sociais (dos pobres), às jovens (debutantes) e à moda brasileira (de Dener). Eis a imagem que se fabrica e difunde para Maria Thereza, revestindo-a com os símbolos de poder e prestígio para aglutinar em torno de si as mulheres da elite e influenciar os segmentos femininos sobre o que era ser brasileira. Do lado do costureiro, há de ser considerado que, ao costurar para a primeira-dama, ele encontrava um corpo e uma imagem para viabilizar a projeção da moda brasileira no cenário nacional e internacional, para sinalizar que, aqui, havia sim uma moda nacional, “feita pelos brasileiros e para as brasileiras”.<sup>320</sup>

Ao associar seu estilo à imagem da primeira-dama, Dener associava-se à sua beleza e juventude e, conseqüentemente, às políticas de João Goulart. Em suas memórias, ao desvincular-se do “crime” da primeira-dama – que consistiu em escolher um chamativo modelo azul turquesa para acompanhar o marido em seu último comício, sem a sua prévia aprovação – poderia ser uma forma de afastar-se dela e da “família presidencial”, então exilada, mantendo uma postura indiferente em face ao cenário político que se instaurava.

Alguns anos depois, Rui Spohr também teve sua vez ao vestir Scylla Médici. Longe do ideal de beleza e juventude de Maria Thereza, Scylla não atraía a atenção dos jornais e revistas e mantinha a imagem de mulher “recatada e do lar”.

---

<sup>318</sup> SIMILI, Ivana Guilherme. *A primeira dama Maria-Thereza Goulart e o costureiro Dener: a valorização da moda nacional nos anos 1960*. Revista História e Cultura, Fraca-SPv.3n.1 p-276-298.

<sup>319</sup> DORIA, Carlos. Op.cit. p.29.

<sup>320</sup> SIMILI, Ivana Guilherme. *A primeira dama Maria-Thereza Goulart e o costureiro Dener: a valorização da moda nacional nos anos 1960*. Revista História e Cultura, Fraca-SPv.3n.1 p-276-298.

Esta imagem vai de encontro ao perfil da clientela atendida por Rui: preocupada com valores tradicionais e de perfil conservador, encontra no estilo do costureiro uma forma de seguir a moda—porém sem grandes extravagâncias.<sup>321</sup>

Os registros guardados no acervo de Rui Spohr evidenciam o trabalho dedicado à construção do vestir da primeira dama, assim como certa a relação amistosa estabelecida ao longo do tempo: são mais de cinquenta “ordens de serviço”, relativas a encomendas feitas entre os anos de 1969 e 1973 pela primeira-dama ao costureiro, além de desenhos, fotografias e revistas.

Momento dessa relação que deve ser destacado foi Rui vestir Scylla para a visita ao então presidente norte-americano Richard Nixon, em 1971. O grande desafio de Rui era construir modelos que evidenciassem a posição de esposa cujo marido era exaltado pelo “milagre brasileiro” – e não a postura discreta de quem privilegiava o papel de mãe e dona de casa. Assim, Rui criou modelos exclusivos, em tecidos preciosos e em cores sóbrias, atendendo aos eventos previstos pelo cerimonial.<sup>322</sup>  
(Figura 40)

---

<sup>321</sup> Sobre o perfil da consumidora de moda no Rio Grande do Sul ver: ARAUJO, Denise;SCHEMES, Claudia;SCHNEIDER, Ana Sofia. *O consumidor de moda no Rio Grande do Sul: características e percepções*.IN: Modapalavra e-peridódico. Ano 2, n.3, jan-jul 2009 pp.13-34.

<sup>322</sup> DALLENOGRAVE, Waldemar, NORONHA, Renata Fratton. De Brasília a Washignton: relações de moda e poder no encontro Nixon-Medici IN: *Anais VII Congresso Internacional de História, XX Semana de história, Maringá, 2015.*

Figura 40 - Visita Médici-Nixon, 1971.



Fonte: Acervo Rui Spohr

Em cor clara, apenas o vestido de gala que a primeira-dama vestiu no retrato oficial da visita: um vestido de festa branco, que acompanhava uma capa de pluma de avestruz. Como explica Rui em suas memórias, “nós compramos as plumas e ela as usou emprestada”. A peça acabou indo para o guarda-roupa de Dóris, fato que deixa claro que as roupas de Scylla eram feitas com tecidos doados pelas tecelagens. Sobre isso, Rui acrescenta: “cobrávamos dela sempre o preço de custo, isso porque vestir uma primeira-dama dá projeção para qualquer estilista”.<sup>323</sup> (Figura 41)

---

<sup>323</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.140.

Figura 41 - Visita Médici-Nixo, 1971.



Fonte: Acervo Rui Spohr.

A relação amistosa se evidencia em um retrato enviado por Scylla ao costureiro e sua família, em 1972: ela aparece vestindo um modelo Rui. Na dedicatória, lê-se: “Aos amigos Rui, Dóris e Maria Paula, com carinho da Scylla.” (Figura 42)

Figura 42 - Retrato de Scylla Médici, 1972.



Fonte: Acervo Rui Spohr.

No mesmo período, enviou passagens para que Rui e sua família pudessem conhecer Brasília, “não sem antes deixar bem claro que eram cortesias da Varig”. Durante a estada, porém, não foi possível um encontro entre o estilista e sua principal cliente:

Ela não quis correr o risco de alguém imaginar que ela mandara vir de Porto Alegre o seu costureiro. D. Scylla era muito cuidadosa em não cometer qualquer ato que pudesse lembrar o governo pré-revolução, quando então Maria Teresa Goulart mandava o avião presidencial buscar Dener, seu costureiro, para que ela pudesse fazer as provas dos seus vestidos.<sup>324</sup>

<sup>324</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.140.

Ao rememorar suas estratégias na construção do guarda-roupa de Scylla Médici, Rui procura não demonstrar preocupação além de “vesti-la corretamente”, postura que se deve muito à orientação de “não aparecer”, de não se mostrar como costureiro oficial.

Ao referir-se ao golpe de 1964 como “revolução”, Rui acaba demarcando também seu posicionamento político, em oposição à figura e ao comportamento de Dener. O guarda-roupa de Scylla Médici, elaborado por Rui, além de garantir a elegância da primeira-dama em acordo com seu gosto e as tendências de moda vigentes, é espaço para a afirmação do estilo do costureiro. Mais do que isso, um costureiro que se associava à ideia de um “milagre econômico”, exaltado durante a visita de Scylla ao presidente norte-americano.

### **3.7 Da moda feita no Brasil ao *made in Brazil***

Apesar da inserção de Rui no mercado *prêt-à-porter*, nos anos seguintes à participação nos eventos da Rhodia foi sua atuação com roupas sob-medida, no mercado local, que se consolidou.

Em 1982, por ocasião do casamento de sua filha Maria Paula, Rui resolveu organizar um jornal para funcionários e clientes, o *Jornal do Rui*. Em forma de linha do tempo, reuniu todos os vestidos de noiva que já havia criado, nominando as clientes e, quando possível, seus respectivos esposos. A contagem resultou em 684 modelos, entre eles o da própria esposa, Dóris, e o da Miss Universo 1963, Ieda Maria Vargas, feito em 1968. (Figura 43)

Figura 43 - Noivas em linha do tempo, 1982.



Fonte: Jorna do Rui.

Na imprensa nacional, Rui continuou a ser lembrado como o costureiro gaúcho, conforme ilustra o editorial produzido pela revista Vogue, em outubro de 1977. Aparece ao lado de outros nomes da moda nacional, porém sem que Porto Alegre e o sul fossem tratados com o mesmo apelo de outrora (com uma imagem regional quase exótica). Rui foi fotografado sorridente entre suas modelos, em um cenário que não deixava indícios quanto à localização—vestia calças largas, chapéu e um lenço amarrado no pescoço.

Apesar da possibilidade de tais elementos estarem associados à indumentária do gaúcho, aparecem completamente estilizados: o chapéu é em estilo *cowboy*, acompanhado de uma jaqueta de couro que imita o clássico modelo em jeans dos vaqueiros norte-americanos; o lenço estampado em estilo *foulard* é usado de maneira irreverente. Rui encarna uma espécie de gaúcho internacional. (Figura 44)

Figura 44 - Rui e modelos na Revista Vogue, 1977.



Fonte: Revista Vogue.

Em 1978, em outra edição especial da revista Vogue, Daniel Más apresentou “o mundo particular dos criadores de moda”. Em uma abordagem intimista, o jornalista entrevistou nomes como José Nunes, Hugo Castelana, Guilherme Guimarães e Clodovil em suas casas, “para conhecê-los num tom mais tranquilo e menos cintilante que a imagem comum que eles deixam criar em torno deles”. Rui, ao lado da esposa e da filha, foi assim apresentado: “o homem de Porto Alegre, famoso não só pela sua moda, mas como bom amigo, pai de família e um dos famosos personagens da televisão gaúcha. Com uma vida regrada, mais voltada para a arte que ao *social-life*”.<sup>325</sup>

Ao ser questionado por Más sobre a moda brasileira, Rui insistiu na dependência da moda europeia:

Vai bem, copiando sempre, apesar de muitos dizerem que existe uma moda brasileira. Mas nós todos copiamos da francesa e da americana, depois o

<sup>325</sup> VOGUE Brasil, n.40, Outubro, 1978.

acabamento francês. O importante é saber adaptar o de fora ao nosso clima, ao nosso tipo de vida, a nossa economia.<sup>326</sup>

Como aponta Alexandre Bergamo, entre as décadas de 1970 e 1980 houve uma tentativa de organização dos profissionais da moda, com um viés de regionalização, em torno de associações e feiras – com vistas a potencializar o lançamento de novas coleções. Surgiu assim o Consórcio da Moda Brasileira (1972), o Núcleo Paulista de Moda (1980), o Grupo Moda Rio (1975), o Grupo Mineiro de Moda (1980), entre outros. Houve ainda, como aponta Kontic, a consolidação de marcas locais voltadas para uma lógica industrial – baseadas especialmente em São Paulo.

Por um lado, o movimento das associações funcionaria como um embrião para as semanas de moda que se consolidariam no ano 2000. A São Paulo Fashion Week, por exemplo, nasceu como Morumbi Fashion (associada ao Morumbi Shopping) em 1996 – que, por sua vez, descendia do Phytoervas Fashion, lançado em 1990. Já o Fashion Rio nasceu em 1996, como um desdobramento da Semana Barra Shopping de Estilo, que acontecia desde 1993.

Os movimentos que acabaram por consolidar a organização das semanas de moda nacionais também reforçaram o interesse do público local pela moda feita no Brasil, sugerindo o fortalecimento do mercado voltado para a moda autoral.<sup>327</sup> Como observa Nizia Villaça, no contexto de globalização o Brasil passou a ser visto como um grande celeiro de talentos, nas mais diversas áreas. Disse: “ênfatiza-se a imagem do país no cenário global oferecendo criatividade e desenvolvimento tecnológico.”<sup>328</sup>

Essa nova organização refletiu as transformações da indústria da moda em face ao cenário de abertura econômica. A entrada de grifes internacionais no Brasil “cobrou um novo posicionamento dos estilistas, e a saída encontrada por muitos foi buscar referências para suas criações nos estereótipos de brasilidade.”<sup>329</sup>

---

<sup>326</sup> VOGUE Brasil, n.40, Outubro, 1978.

<sup>327</sup> KONTIC, Branislav. *Inovação e redes sociais: a indústria da moda em São Paulo*. Tese (Doutorado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Departamento de Sociologia, 2007.

<sup>328</sup> VILLAÇA, Nízia. Brasil: da identidade à marca. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, no.33 agosto de 2007 p. 61-65.

<sup>329</sup> MESSIAS, Elizete Menezes Brasilidade como construção de identidade nas coleções da marca Fórum. *Anais do 6º Colóquio de Moda*, São Paulo, 2010.

A trajetória de Rui, ainda mais quando aproximada à de Dener, ajuda a entender aspectos que se referem à formação do campo da moda nacional – que aconteceu durante um processo de industrialização, bem como de modificações dos espaços urbanos no país. Como sugere Debora Leitão, aconteceu uma “explosão midiática” da moda feita no Brasil. Lia-se sobre moda e falava-se sobre moda “com naturalidade inédita”.<sup>330</sup>

No novo cenário, a profissionalização se fez necessária. Como observa Doroteia Pires, o Senai-Cetiqt, do Rio de Janeiro, foi a primeira instituição do país a acolher um curso de criação de moda, em 1985. Já a Faculdade Santa Marcelina, de São Paulo, foi a pioneira em ofertar um curso de graduação voltada ao tema, em 1988. A iniciativa foi seguida por outras instituições que passaram a tratar a moda no ensino superior, provocando uma explosão de novos cursos em vários pontos do país. A partir da segunda metade da década de 1990, foram criados cursos nas seguintes universidades: Universidade Anhembi Morumbi (1990), Universidade Paulista (1991), Universidade de Caxias do Sul (1993), Universidade Federal do Ceará (1994), Universidade Estadual de Santa Catarina (1996), Universidade Estadual de Londrina (1997), entre outras.<sup>331</sup>

Pires comenta ainda uma iniciativa anterior da Rhodia e da Coordenação Industrial Têxtil de trazer para São Paulo, em 1980, a diretora da escola francesa Studio Berçot, Marie Rucki – reconhecida internacionalmente por valorizar o potencial criativo dos alunos – para ministrar cursos de curta duração.<sup>332</sup> Foi no curso de Rucki que Ocimar Versolato,<sup>333</sup> figura cuja trajetória também ajuda a entender a narrativa de Rui, deu seus primeiros passos no universo da moda.

---

<sup>330</sup> LEITÃO, Debora Krischke. *Brasil à moda da casa: imagens da nação na moda brasileira contemporânea*. Tese (Doutorado). UFRGS. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, 2007. p.119-121.

<sup>331</sup> PIRES, Doroteia Baduy. Design de moda: uma nova cultura. *Revista dObras*, v.1, n.1, 2007.

<sup>332</sup> Idem.

<sup>333</sup> Nascido em São Bernardo do Campo em 1961, Ocimar Versolato cursou dois anos de arquitetura. Em 1987, mudou-se para Paris onde foi aluno de Marie-Rucki, no Studio Berçot, escola de estilismo privada que se tornou uma referência por sua formação com enfoque criativo. Rucki teria sido figura fundamental em sua carreira ao indicá-lo para oportunidades profissionais: antes da Lanvin, Versolato trabalhou como assistente da Versace e de Hervé Leger e, em 1994, criou sua marca homônima. Conheceu o sucesso internacional, era amigo pessoal de modelos celebridade – como Linda Evangelista – e foi convidado para ser membro da *Chambre Syndicale de la Couture*. Além disso, produziu diversos figurinos para o cantor Ney Matogrosso e para Sônia Braga em *Tieta*, de Cacá Diegues (1996). Vestiu ainda a *bondgirl* Teri Hatcher, no filme *007- O Amanhã nunca morre* (1997). A falta de êxito nas

### 3.8 Versolato e a Noção de Brasilidade como Exotismo

Em *O vestido em chamas*, sua autobiografia lançada em 2005, Versolato relembra os 11 anos de carreira, dos quais sete foram passados em Paris – e culminaram em sua curta atuação à frente da *maison* Lanvin (1996-1997). Em relação ao livro, assume, assim como Dener, não se tratar de uma autobiografia, mas de uma coleção de crônicas: “90% do que escrevi é verdade. Quanto aos 10% restantes, me desculpem, mas não resisti aos encantos da ficção”.<sup>334</sup>

Ocimar Versolato tinha 34 anos quando apresentou sua primeira coleção para a Lanvin. A marca de luxo, uma das mais antigas da França, foi fundada em 1889 por Jeanne Lanvin e, em 1996, havia recém sido comprada pela empresa de cosméticos L’Oréal. Era um período de reestruturação, onde marcas centenárias se reinventavam a partir do capital financeiro de grandes conglomerados, tentando deixar para trás a imagem antiquada. Por meio de um rejuvenescimento de suas linhas, queria alcançar novos público, de olho em no mercado global – onde o Brasil despontava como país emergente.<sup>335</sup>

Na França, Versolato se mostrou um designer de seu tempo, capaz de dialogar com referências variadas, e detentor de grande capacidade técnica – característica de sua formação junto a Marie Rucki (Figura 45). Na Lanvin seu nome era uma tentativa de renovação. À frente de sua própria marca, porém, tentou afirmar-se por um estilo e não por uma nacionalidade. A brasilidade, quando aproximada de suas criações, foi

---

iniciativas locais fez com que se afastasse do mundo da moda, passou a atuar no mercado financeiro. Faleceu em 2017, aos 56 anos vítima de um aneurisma. Rememorado pela imprensa nacional em função da sua atuação internacional, sua auto-estima inabalável e a crítica ferina sobre moda produzida no Brasil, a morte de Ocimar não gerou comoção na mídia estrangeira, onde, no início da carreira fora visto como uma aposta, junto a nomes de sua geração que chegavam como “nomes badalados a velhas maisons”, conforme foi descrito pela jornalista Suzy Menkes no jornal *The New York Times*, no ano de sua estreia à frente da Lanvin. Ver PACCE, Lilian <https://www.lilianpacce.com.br/tag/ocimar-versolato/> ou ainda <https://oglobo.globo.com/ela/moda/ocimar-versolato-morre-aos-56-anos-22171446>

<sup>334</sup> VERSOLATO, Ocimar. *O vestido em chamas*. São Paulo: Ed. Aleph, 2005, p.6

<sup>335</sup> Em 1999, o Brasil passa a ser um dos países do Grupo dos 20, ou G-20, que, de acordo com o Ministério de Relações exteriores é um foro para cooperação internacional em temas econômicos e financeiros, congregando países desenvolvidos e em desenvolvimento, com projeção na economia mundial. Ainda segundo o Ministério, em 2001 o economista Jim O’Neil cunha o termo BRICS, para se referir ao crescimento das economias do Brasil, Rússia, Índia e China. Em 2009 o BRICS se tornou uma entidade político diplomática. Informações disponíveis em [www.itamaraty.gov.br](http://www.itamaraty.gov.br), acesso em fevereiro de 2019.

alvo uma espécie de curadoria, como acontecia com a trilha sonora de suas apresentações. Com esta seleção, acreditava estar, de alguma forma, ajudando a divulgar a cultura nacional através da moda. Em seu livro diz que:

Nos meus desfiles, sempre toco Maria Bethânia, Marisa Monte, Ney, Edson Cordeiro, Chico e Caetano. Além de lindas, suas músicas são superchiques. Por via de regra, convidava DJs em evidência para cuidarem do som. Pouquíssimos conheciam música brasileira, ou quando conheciam, era coisa do tipo lambada que estourou na França na década de 1990. Eu sempre procurava mostrar o que a música brasileira tem de melhor.<sup>336</sup>

*Figura 45 - Ocimar Versolato em desfile para Lanvin.*



Fonte: Instagram @ocimarversolato.

Se a música popular brasileira aparecia como elemento “superchique”, era também um dos poucos elementos diretamente relacionados à cultura nacional que apareciam no repertório de Versolato – ele chegou a relatar dificuldade para criar o

---

<sup>336</sup> VERSOLATO, Ocimar. *O vestido em chamas*. São Paulo: Ed. Aleph, 2005. p.180.

figurino de Tieta para o filme de Cacá Diegues, já que a personagem era “colorida e totalmente extrovertida”<sup>337</sup> A fórmula de Ocimar Versolato parece ter sido usar as possíveis referências do Brasil como forma de pincelar de exotismo a moda internacional – e, mais ainda, a francesa. Era com ela que estava comprometido.

Apesar do histórico de sucesso, dívidas e problemas com sócios<sup>338</sup> o fizeram retornar para o Brasil no ano 2000, justamente o período em que a imprensa internacional começou a se interessar pela moda produzida no país.

Caminho inverso ao de Versolato parece ter sido o adotado por Rui em suas apresentações. Buscava enfatizar o regional, mesmo que em paralelo houvesse um esforço em mostrar a conformidade de tais referências à moda estrangeira. Em seu livro, dá ênfase aos desfiles que produziu ao longo dos anos 1990.

O primeiro aconteceu no ano de 1992, no salão nobre da Catedral Metropolitana (chamado de cripta). A abertura do desfile contou com modelos cobertas com grandes capas, como se fossem “monjas” ao som de Carmina Burana<sup>339</sup>.

Já o desfile de 1993 foi realizado no prédio da Secretaria de Educação do Estado e contou com a colaboração ativa de Neuza Canabarro, então primeira-dama e secretária de educação. O apoio da Associação das Cooperativas de Lã fez com que a temática do evento girasse em torno do material, típico do inverno e cuja produção também estava relacionada ao Rio Grande do Sul. A solução ia de encontro à vontade de Rui de produzir modelos inspirados nas “lendas e no folclore gaúcho”, em suspenso desde que seu modelo de vestido de noiva para a Rhodia fora cancelado, em 1964. O evento ajudou, ainda, a consolidar o lançamento do Pólo Gaúcho da Lã, um projeto de Neuza Canabarro.<sup>340</sup> (Figura 46)

---

<sup>337</sup> VERSOLATO, Ocimar, Op.cit. p.117.

<sup>338</sup> Além da Lanvin, Versolato abriu sua marca homônima. Os problemas da sua sociedade privada resultaram em problemas com o fisco francês- motivo oficial para sua demissão da Lanvin.

<sup>339</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997.

<sup>340</sup> A ideia de Neuza Canabarro que, além de primeira-dama, era responsável pela Secretaria da Educação, através do Polo Gaúcho de Lã era criar uma agenda voltada para o ensino técnico, relacionado a moda. O jornal Zero Hora de 28 de abril de 1993 anuncia a intenção do então Governo do Estado em “triplicar todo o potencial econômico de todos os setores ligados a cadeia produtiva da lã.” Uma das prioridades seria a qualificação da mão de obra qualificada, a ser inserida na pasta comandada por Canabarro.

*Figura 46 - Doris e Rui Spohr com Neuza Canabarro, 1993*



Fonte: Acervo Rui Spohr

A grande repercussão nos jornais da época reforçou a imagem de costureiro cosmopolita, que produzia localmente o que poderia ser mostrado em passarelas internacionais. A grande atração do desfile foram 14 ovelhinhas recém-nascidas que desfilaram no colo das modelos, enfeitadas com joias (Figura 47). Como sugere Célia Ribeiro, a referência regional de Rui estava inserida na linguagem de espetáculo do desfile, assim como na cenografia:

A ousadia deste desfile de Rui não foi apenas o espaço informatizado da Secretaria de Educação, escolhida pela secretária Neuza Canabarro para lançar o Polo Gaúcho de Lã. A moda desenhada com o jogo de luz e sombra através das riquezas das tramas da lã conjugadas aos brilhos, também é uma quebra de preconceitos. [...] A ideia de campo foi passada na abertura do desfile. As manequins vestidas de lã em tom cru [...] refletiam uma imagem quase bíblica, aconchegando nas mãos os cordeirinhos vivos.”

Figura 47 - Desfile na Secretaria da Cultura, 1993.



Fonte: Acervo Rui Spohr.

O jornal *Correio do Povo* destacou as criações do “mestre [Rui], que ao final percorreu a passarela com Doris Spohr. Eles trouxeram para Porto Alegre o sabor dos grandes desfiles de Paris e a quase totalidade dos modelos foi do maior bom gosto internacional.”<sup>341</sup> A nota reforçava o papel de autoridade de Rui no cenário local. A presença de Doris, com quem percorreu a passarela, a colocou no papel de companheira e co-autora, assim como legitimou o seu sucesso frente ao posto recente na gestão da marca do marido.

Apesar das referências locais, as modelos vestiam túnicas que lembravam as de beduínos; na sequência, modelos exibidos em um desfile coreografado, com quase uma hora de duração, lembravam “Paris e Nova York, dois polos de motivação de Rui, marcados no desfile pelas músicas”, conforme Celia Ribeiro.<sup>342</sup>

---

<sup>341</sup> Jornal *Correio do Povo*, 31 de abril de 1993.

<sup>342</sup> RIBEIRO, CELIA. Show de moda valoriza a pura lã. *Jornal Zero Hora* 1º de maio, 1993.

Enquanto Ocimar Versolato buscava na música popular brasileira um toque superchique de exotismo, a trilha sonora de Rui buscava justamente construir uma atmosfera que o ligasse aos grandes centros da moda. Comenta: “um ano depois desse desfile, houve um desfile em Paris com a mesma entrada e eu devo ter recebido cerca de uma dúzia de recortes de jornais e revistas, com fotos e cartas dos amigos dizendo ‘olha aí, copiaram a tua ideia’”<sup>343</sup>. O fato reforçou a postura mediadora de Rui, pois reproduzia localmente a atmosfera dos grandes centros.

O jornal *A Platéia*, de Santana do Livramento, chamou a atenção para “a alusão à qualidade da lã gaúcha que estava presente na passarela com manecas envoltas em capas de lã crua, que carregavam ovelhinhas adornadas com fitas de veludo negro e broches da Natan.”<sup>344</sup> Já *A Tribuna Regional*, de Santo Ângelo destacou que “Rui soube interpretar uma mulher em dia com a modernidade. Proposta que se estendeu em três opções de noivas, incluindo a bem esportiva, vestida em saia em crepe, *pull* em lã cashmere e chapéu de aba larga, coroado de flores.”<sup>345</sup>

Novamente, a imagem de modernidade ligada à tradição, que aparece na noiva “bem esportiva” reforça uma certa renovação *à droite*: a mulher moderna de Rui ainda estava ligada a valores tradicionais, como o casamento, e o guarda-roupa proposto, apesar da mistura inusitada de lãs e brilhos, assume o que Célia Ribeiro chamou de “chique reinterpretado”, ou seja, sem grandes inovações, com toques de tendências internacionais.

Apesar da grande repercussão do evento, especialmente nos jornais do interior<sup>346</sup> do Estado, as suas roupas acabariam não acompanhando tamanha abrangência: a maioria dos modelos apresentados só estaria disponível às clientes que encomendassem as peças, feitas sob-medida.

---

<sup>343</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.273.

<sup>344</sup> Jornal *A Platéia*, Santana do Livramento, 5 e 6 de junho de 1993.

<sup>345</sup> *A Tribuna Regional*, Santo Ângelo, 30 de maio de 1993.

<sup>346</sup> A data das citações, especialmente nos jornais do interior, dão a ideia de que desfile acabou “rendendo” assunto mesmo um mês após o seu acontecimento, algo improvável após a difusão na internet, quando os desfiles passam a ser transmitidos em tempo real- muitas vezes por seus expectadores. Esta duração da repercussão justificaria um *show* mais de uma hora de duração, as entradas coreografadas das modelos, com paradas e poses. Além do mais, ao adquirir caráter beneficente, com venda de ingressos e renda revertida a liga feminina de combate ao câncer reforça o desfile como momento de apreciação- ligado ao espetáculo.

Vê-se, do comparativo entre Versolato e Rui, que as visões do primeiro pareciam por demais apegadas à moda internacional; sua carreira na França foi retomada constantemente de maneira a legitimar seu descrédito em relação à produção nacional. Quando de seu retorno ao Brasil, disse encontrar “esboços de um provincianismo exagerado”<sup>347</sup> – colocou em debate um cenário profissionalizado e uma economia aberta à concorrência internacional onde a moda *made in Brazil* estava em voga.

Como *connaisseur* da moda feita no exterior, adotou uma postura conservadora e cheia de desconfianças. A brasilidade, para Versolato, parecia ser apenas uma palavra ligada ao exotismo. Rui, por outro lado, enfrentou em Porto Alegre o momento em que a moda nacional ganhou as passarelas internacionais, buscando novas estratégias para manter-se no campo e marcar o apogeu de sua carreira. Consolidou, assim, uma imagem cosmopolita. Inserindo elementos regionais sem se desconectar das tendências internacionais, provou mais uma vez ser dono de uma postura mediadora: era capaz de fazer localmente o que se fazia “lá fora”.

### 3.9 Autoridade X Sucessão

Ocimar Versolato, em suas memórias, atacou a moda nacional dizendo que “roupas vendidas em quermesses de igreja ou em barraquinhas de feira livre assemelhavam-se às criações consideradas ousadas e *fashion* de alguns estilistas nacionais.”<sup>348</sup> E, apesar de ter deixado claro que não se opunha à evolução da moda brasileira, mostrou-se contrariado com a organização de um campo em que parecia ter dificuldade em encaixar-se. Disse:

O que me incomoda é que, de repente, surgem do nada centenas de estilistas, geralmente recém saídos dos cursos de moda que se espalham pelo país, e são aclamados pela ‘mídia especializada’ após uns poucos rabiscos, sem terem juntado a bagagem necessária que justificasse tamanho reconhecimento.<sup>349</sup>

---

<sup>347</sup> VERSOLATO, Ocimar. Op. Cit. p.174.

<sup>348</sup> Idem.

<sup>349</sup> Ibidem, p.175.

Com um discurso resistente ao novo cenário e seus novos atores, Versolato ajuda a compreender uma certa mudança de ótica: apesar de a jornalista Regina Guerreiro constatar que, à época, a moda continuava sendo uma releitura das tendências internacionais, onde o sucesso dependia do “olho de quem relê”<sup>350</sup>, a moda brasileira parecia mais preocupada em atrair o olhar estrangeiro (e seus compradores), forjando a noção de brasilidade a partir de suas referências (e autorreferências) locais.

Dessa forma, se Rui e Dener, ajudaram a configurar um conjunto de nomes e iniciativas que produziam uma moda de caráter autoral, feita no Brasil, essas narrativas encontram na carreira internacional de Ocimar Versolato um contraponto. Se Dener tornou-se personagem de poder e prestígio na moda nacional, Versolato não conseguiu vencer a dança das cadeiras das cifras milionárias da moda globalizada. Já Rui, focado em sua clientela local, mostrou-se capaz de construir um estilo, pelo qual é reconhecido, bem como de reorientar-se em meio às transformações do campo.

Em entrevista à jornalista Mariana Kalil, Versolato se negou a dividir o posto de “estilista[brasileiro] com mais expressão lá fora” e se mostrou contrariado ao ser comparado a Alexandre Herchcovitch, nome de expressão no cenário nacional que então ganhava visibilidade: “o Alexandre usa a mídia para aparecer. Comigo é outra história. Estive na primeira página de jornais do mundo todo. Não apareci na imprensa brasileira para falar de mim. Tenho talento. Me desgosta ser comparado a um aproveitador de ocasião.”<sup>351</sup> Em seu livro, não reconheceu nenhum nome da moda nacional.

O lugar de autoridade com tom autoritário, de certa forma, também é compartilhado por Rui. Em sua autobiografia, apesar de reconhecer a crescente profissionalização do campo, ainda adotou um tom crítico em relação aos novos colegas: “quanto aos estilistas que há por aí, tem gente que faz moda, mas a maioria costura panos”. No mesmo tom, seguiu dizendo que tais profissionais simplesmente

---

<sup>350</sup> GUERREIRO, Regina. Apresentação do suplemento Morumbi Fashion- Coleções Inverno 1998, integrante da revista Elle, edição 118.

<sup>351</sup> KALIL, Mariana. IDEM.

atendiam os desejos da cliente ao passo que, em seu ateliê, a relação deveria ser de “total confiança” em seus conhecimentos, ou seja, em seu gosto.<sup>352</sup>

A crítica aparece tanto nas páginas do jornal como na crítica que faz aos jovens estilistas, em tom conservador. Ao julgar as propostas apresentadas na FENIT como tachadas de grotescas, agressivas e *kitsch* (vide capítulo anterior), parece endossar o discurso de Ocimar Versolato.

Do ponto de vista simbólico, a atitude de Rui e Versolato frente aos seus novos pares pode ser compreendida dentro de uma dialética de distinção, conforme sugere Pierre Bourdieu, que se manifesta no campo de disputa entre dominantes e recém-chegados. O ataque é uma forma de delimitar uma posição, retomando valores, crenças e gostos que, no caso de ambos, passa pelos marcos importantes de suas trajetórias, evocados em suas narrativas. Essas, além de ajudar a enquadrar suas memórias, legitimam seu discurso de autoridade e pioneirismo.

Por outro lado, a limitação de que “estilistas emergentes” são olhados com desconfiança indica a dificuldade em pensar em sucessão. Apesar de José Gayegos ter se comprometido a ser uma espécie de sucessor de Dener, Ocimar Versolato e Rui Spohr não demonstraram preocupação com a posteridade de suas marcas – para além de sua atuação.

Versolato deu a própria carreira como encerrada no ano de 2005: “ganhei vários prêmios, exibi desfiles ao redor do mundo, desenvolvi coleções inteiras para grifes famosas, trabalhei com estilistas renomados, tive minha própria *maison* na capital da moda”. Com essa atitude, deixou também de lado todo seu capital simbólico. Algumas operações mal sucedidas fizeram com que, para o mercado, o nome do costureiro perdesse valor e acabasse caindo no esquecimento.

Apesar de Rui ter aberto seu ateliê para receber aprendizes e estagiários, a dinâmica não chegou a ser semelhante àquela observada por Diana Crane em relação ao *savoir-faire* de alta-costura francesa – em que aprendizes iniciam suas trajetórias em casas já estabelecidas. Geralmente, os aprendizes de Rui acompanham os processos de costura e confecção por um período de até três meses, não se

---

<sup>352</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. Memórias Alinhavadas. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p.287.

envolvendo em atividades que envolvam criação ou planejamento de coleções. O enfoque era restrito a vivenciar as técnicas utilizadas na confecção sob-medida, adaptadas da alta-costura francesa.

Em seu livro, chegou a mencionar alguns colegas de profissão, dizendo que, ao longo da carreira, viu “diversos meteoros”. Lamenta o pouco intercâmbio. Entre os nomes citados, aparecem Lilian Meneghetti, que “deu continuidade ao trabalho de sua mãe, Mary Steigleder [...] e recentemente encerrou suas atividades”, Xico Gonçalves e Cezar Vargas, que mantiveram a X&C até o falecimento de Cezar (Gonçalves se voltou ao jornalismo de moda) e Milka, “com seu estilo bem característico”. Cita ainda “especial deferência por Luciano Baron” e sua esposa Scheila, bem como o “muito jovem” Sergio Pacheco – “vem fazendo um bom trabalho”.<sup>353</sup>

No contexto da narrativa, nominar os colegas de profissão parece, como sugere Pierre Bourdieu, mobilizar uma energia simbólica. Ou seja, a disputa acaba por temporalizar o campo e esse processo de reconhecimento acaba por apontar diferenças, que se inscrevem também no tempo – haja vista os “meteoros”, os que encerraram suas atividades e os que recém chegaram. Para Bourdieu “fazer época é impor sua marca, fazer reconhecer (no duplo sentido) sua diferença em relação aos outros produtores [...] é fazer existir uma nova posição, para além das posições já ocupadas.”<sup>354</sup>

Bourdieu e Delsaut ainda refletem acerca da sucessão, ou seja, da substituição do criador. Mais importante do que as condições impostas aos recém-chegados estariam “as dificuldades inerentes à perpetuação da empresa após a morte do fundador”<sup>355</sup> Condição bastante específica no campo da moda, o dilema que se impõe é que não se trata de um “simples trabalho de substituição, capaz de reproduzir produtos com os cânones criados pelo criador, mas de uma operação quase mágica, manifestada pela assinatura que, por definição, só pode ser operada em primeira pessoa”<sup>356</sup> Dessa forma, não é mais o indivíduo biológico, mas o capital deixado pelo

---

<sup>353</sup> Idem, p.291.

<sup>354</sup> BOURDIEU, Pierre. A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. P.88

<sup>355</sup> BOURDIEU, Desault. DELSAUT, Yvette. Op.cit, p.149.

<sup>356</sup> Idem p.152.

indivíduo – consolidado pela sua marca – que passa a atestar a singularidade dos produtos que virão a ser produzidos.

Ao chegar ao seu apogeu, apesar de não existir uma preocupação evidente com a continuidade da marca, aos poucos Rui vai associando sua autoridade, calcada na postura mediadora – com estilo cosmopolita – a uma ideia de atemporalidade: “não gosto de frufus, de exageros que não funcionam”,<sup>357</sup> diz em seu livro.

O movimento, que busca transformar referência em permanência, pode ser percebido no catálogo criado para sua marca de *prêt-à-porter*, em 1995. Nas fotografias em preto e branco, o que se vê são as linhas gerais das roupas. As modelos, descontraídas, foram flagradas durante uma visita ao casarão da Rua Miguel Tostes. Rui aparece ao fundo de uma das fotografias; sua imagem refletida no espelho. (Figuras 47, 48 e 49)

Figura 48 - Catálogo da marca Rui. Fotografia de Raul Krebs, 1995.



Fonte: Acervo Rui Spohr.

---

<sup>357</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997.

*Figura 49 - Catálogo da marca Rui. Fotografia de Raul Krebs, 1995.*



Fonte: Acervo Rui Spohr.

*Figura 50 - Catálogo da marca Rui. Fotografia de Raul Krebs, 1995.*



Fonte: Acervo Rui Spohr

Ao adentrar a casa, as imagens buscam mostrar que, apesar de voltado para roupas sob medida, a *maison* pode até mesmo ser descontraída. A marca, sempre em primeiro plano, reforça o seu simbolismo junto às roupas sem excessos de detalhes ou acessórios.

Os anos de 1990 marcaram o apogeu de Rui e foram também o momento em que Doris assumiu a parte administrativa da empresa. Frente às mudanças (de gostos, moedas e formas de consumir), buscar uma imagem clássica e, portanto, atemporal – promovida nas páginas do Correio do Povo – foi uma arma para combater o *kitsch*, o *nouveau riche* e o *made in China*.

Aos poucos, Rui acabou por criar um lugar de memória. O endereço, celebrado no catálogo, além de abrigar a loja e as oficinas de costura, recebia as clientes sob medida e guardava todo o conjunto que acabava por formar o acervo particular de Rui Spohr. Mesmo que não haja sucessão, sua memória passa a ser preservada.

### 3.10 Rui Spohr, um emblema

Quando o fotógrafo Raul Krebs, com a intenção de criar fotografias que funcionassem como um convite à casa em que Rui se dedicava às suas criações, montou uma atmosfera intimista – em que as modelos sorriem e se movimentam em poses que parecem espontâneas –, não conseguiu esconder a imagem de “para poucos” que Rui adquiriu no apogeu da carreira.

Essa questão é refletida pelo próprio costureiro em suas memórias:

O nome Rui ficou sempre muito associado à ideia de alta-costura. Com isso, perpetuou-se uma ideia de que todo produto Rui é uma artigo caro.[...] No começo do ateliê, o nome Rui associava-se a ideia do inusitado. As novas concepções de moda que eu importava de Paris introduziram em Porto Alegre valores para uma visão renovada do que fosse vestir.<sup>358</sup>

---

<sup>358</sup> SPOHR, Rui. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memórias alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997, p. 292.

De fato, o início da carreira aconteceu no momento em que o campo da moda do Brasil se organizava – levando em consideração questões políticas e econômicas. Por isso, junto às suas primeiras inserções no jornal, fica clara a necessidade de uma certa pedagogia, que incluiria a consolidação de uma cultura de moda.

Aproximando Rui e Dener, é possível perceber a necessidade de forjar uma tradição para que a moda produzida no Brasil tivesse qualidade internacional. E esse acordo com o que era produzido no exterior justificaria a moda autoral feita no Brasil – onde o inusitado era, justamente, saber adaptar o gosto estrangeiro. A carreira longeva de Rui acabou ainda por testemunhar novas formas de consumir moda no país, como o caráter subjetivo de "ter um estilo próprio". Saber usar a moda a favor desse estilo passou a ser um trunfo.

O trunfo de Rui foi, justamente, associar o seu estilo ao atemporal, ao cosmopolita (em acordo às tendências internacionais). Porém, nesse lugar foi ficando cada vez mais isolado. Na moda *made in Brazil*, Rui se colocou como um *self-made man*:

Em função de um longo e cuidadoso trabalho no sul do país, o nome Rui carrega toda uma imagem de respeito em torno de si. Penso que de certo modo Rui, o indivíduo, tornou-se para muitos um mito dentro de um imaginário gaúcho, ao passo que eu gostaria de se um ídolo. O mito é admirado de longe, com reverência, pode até ser aplaudido, mas poucos tem coragem de chegar perto. Já o ídolo tem a tietagem.

Ao enxergar a si mesmo como mito, Rui reconhece que, no trabalho de construção de sua imagem, o papel de autoridade acabou encerrando-o dentro do casarão da rua Miguel Tostes. É reconhecido, "admirado de longe"; seu fazer relacionado à moda francesa ficando mais restrito. Em um momento em que "brasilidade" passa a ser tornar uma palavra associada à efervescência e à juventude, a formação francesa de Rui e seu estilo passam a ser bastante associados ao tradicional, ao clássico.

Ao organizar um discurso que dá conta de sua trajetória, além de consolidar sua imagem mítica, Rui passa a trabalhar, de maneira ordenada, pelo enquadramento da memória. A maior representação – e materialização – desse enquadramento é seu

vasto acervo. Aos poucos, como se verá a seguir, ele corrobora a transformação do costureiro em personagem histórico do universo da moda.

## 4. Da Coleção ao Arquivo

No universo da moda, a palavra coleção é utilizada para designar, conforme Doris Treptow, a reunião ou conjunto de peças de roupas e acessórios que possuam alguma relação entre si, em harmonia – do ponto de vista estético e comercial. Além disso, as coleções têm fabricação e entrega previstas para uma determinada época do ano, e são elaboradas tendo em vista, geralmente, um público-alvo específico.

Coleção também é um termo associado à definição e organização do espaço dos museus. Reúne objetos de diferentes naturezas – artísticos, historiográficos, botânicos, zoológicos – que compõem esses espaços, abertos ao público e voltados para aquisição, estudo, exposição e transmissão de patrimônios materiais e imateriais.

Aproximar os dois termos, que pertencem a ambientes aparentemente distantes, além de ajudar a perceber a moda em sua dimensão material, dá indícios a respeito da organização do acervo de Rui Spohr. Ao longo da vida, ele catalogou, organizou, classificou – sempre com a ajuda da esposa, Doris Spohr – materiais e documentos que funcionaram como um registro da carreira.

Dessa forma, o objetivo deste capítulo é perceber como o acervo de Rui Spohr está ligado ao trabalho de enquadramento de sua memória, contribuindo a um discurso mítico. Além disso, os guardados de Rui revelam intenções que perpassam a constituição dos arquivos de moda, colaborando para a compreensão da formação de acervos e coleções que fornecem um relato a partir da moda produzida no Brasil.

Na linha do que sugere Phillipe Artières, Rui, ao arquivar a própria vida, acabou por registrar as transformações da moda e definir como ele próprio se articula em relação a elas – no contexto onde vive e no campo onde atua: o da moda feita no Brasil, na cidade de Porto Alegre

### 4.1 Moda, Imagem e Memória

Centralizada nos modos de vestir, a história da moda encontra no vestuário, como sugere Maria Cristina Volpi, uma abordagem ao mesmo tempo simbólica e instrumental. Diz a autora: "como prática significativa ela se situa ao lado da linguagem

e da arte, e como objeto, faz parte do conjunto de instrumentos através dos quais o homem interfere no ambiente natural, ou seja, faz parte da cultura material”.<sup>359</sup>

Semelhante a um quadro que, em sua materialidade, é composto por tela, moldura, jogo de cores e textura de tintas, a moda também começa por um esboço. Sua transformação, no entanto, inclui diferentes etapas e suportes: o desenho que se transforma em vestido, o vestido que veste o corpo, o corpo que incorpora em seu gestual o vestido – e pode ser fotografado. A imagem que se apresenta não é apenas a do corpo vestido: trará em si também de algo do domínio do imaterial – valores, crenças, a interpretação daquilo que é apropriado ou não.

A imagem de moda pode ser pensada de acordo com a definição de Hans Belting, para quem ela é mais do que o produto de uma percepção. Para o autor, a imagem aparece como resultado de uma simbolização pessoal ou coletiva. Tudo o que passa sob os olhos é elucidado ou transformado em imagem. Assim, a noção de imagem é antropológica: "vivemos com imagens e compreendemos o mundo por imagens, em uma relação continuada que acontece no espaço social e que age nas representações mentais, ou seja, no imaginário”.<sup>360</sup>

Nesse sentido, é possível pensar que, reordenadas, desveladas e reconstruídas pelo criador de moda, as imagens deixam evidentes sobreposições de tempo que constituem a cultura e os valores de determinado período. As roupas reforçam assim sua materialidade, ganham performance própria e passam a integrar uma ação social, adquirindo vivências: transformam-se em uma espécie de museu portátil, espaço de novas memórias, tensões, reminiscências.

Como sugere Sue Jones ao orientar designers de moda, o trabalho de desenvolvimento de coleções vê formas e materiais do passado como fonte de inspiração para novos estilos. Também o aspecto emocional das roupas é um

---

<sup>359</sup> VOLPI, Maria Cristina. *Estilo Urbano*, modos de vestir na primeira metade do século XX no Rio de Janeiro. São Paulo. Ed. Estação das Letras e Cores, 2018 p.25.

<sup>360</sup> BELTING, Hans. *Pour une anthropologie des images*. Trad. Jean Torrent.Paris:Ed. Gallimard, 2009, p.18.

elemento importante para o design, uma vez que está associado a políticas de identidade como meio de expressão de valores individuais ou coletivos.<sup>361</sup>

Ao refletir sobre as roupas, seus usos e sua circulação, o antropólogo Peter Stallybrass, em *O casaco de Marx*, toma como ponto de partida o casaco de seu falecido amigo, Allon White. Para Stallybrass, habitadas pelos nossos corpos, as roupas nos constituem, de certa forma, como indivíduos: portam memórias e fazem pensar sobre a relação entre as coisas como objetos de uso. Para tal análise, o autor toma como exemplo o casaco de Karl Marx; não aquele que aparece logo no início de *O Capital*, como mercadoria, mas o casaco que o próprio Marx vestia. Além de mantê-lo aquecido do frio, lhe permitia apresentar-se em condições de ser aceito no salão de leituras do Museu Britânico. O casaco em questão também entrava e saía da casa de penhores quando Marx precisava de dinheiro, sendo esvaziado de sua função útil para ser visto apenas a partir de seu valor de troca. A partir desse exemplo, o autor demonstra como o fetichismo da mercadoria inscreve a imaterialidade como a característica definidora do capitalismo:

Para Marx o fetichismo da mercadoria era , pois, não o fetichismo como tal, mas antes uma forma específica de fetichismo que tomava como seu objeto não o objeto animado do amor e do trabalho humanos mas o não-objeto esvaziado que era o local de troca. No lugar do casaco havia um valor transcendental que apagava tanto o ato de fazer o casaco quanto o ato de vesti-lo”<sup>362</sup>

Como observa o também antropólogo Daniel Miller, a forma como a nossa sociedade se organiza em relação às roupas, principalmente antes da Revolução Francesa, são determinantes para elas serem tratadas de maneira a responder uma identificação ou conter um significado. Essa forma corroborou, inclusive, para que a abordagem da indumentária, como maneira de compreender as sociedades e seu modo de vida em determinada época, fosse julgada como superficial:

O conceito de pessoa, a percepção do eu e a experiência de ser um indivíduo são radicalmente diferentes em tempos diferentes e em lugares diversos, e parcialmente em relação às disparidades de indumentária (...) o vestuário

---

<sup>361</sup> JONES, Sue Jenkyn. *Fashion design, manual do estilista*. Trad. Iara Biderman. São Paulo, Cosac Naify, 2011, p24.

<sup>362</sup> STALLYBRAS. Peter. *O casaco de Marx: roupas, memória e dor*. Trad. Tomaz tadeu da Silva. Ed. Autentica. Belo Horizonte, 2004, p. 63

desempenha papel considerável e atuante na constituição da experiência particular do eu, numa determinação do que é o eu.<sup>363</sup>

Retomando as ideias de Stallybrass para aproximá-las às de Miller, é possível dizer que vivemos em uma “sociedade de roupas”, ou seja, os valores de troca assumem forma de roupas. Elas passam a funcionar como um meio de incorporação e sua necessidade ultrapassa um caráter funcional: é também simbólica.

Aqui é possível retomar a noção de transubstanciação de Pierre Bourdieu, quando observa que o costureiro, assim como o pintor, transforma um objeto qualquer pelo fato de marcá-lo com sua assinatura – trata-se de um processo de transmutação simbólica. A raridade de um objeto de moda, portanto, não está em sua unicidade, mas na raridade do seu produtor. Para Bourdieu:

Todo o aparelho de produção e circulação está orientado especificamente, não para a produção de objetos materiais, mas para a produção do poder quase mágico, atribuído a um homem singular, de produzir objetos que são raros pelo simples fato de que os produz, ou melhor ainda, de conferir a raridade pela simples imposição da grife, como ato simbólico de marcação, a quaisquer objetos, inclusive os não fabricados por ele.<sup>364</sup>

O acervo de Rui, ao mesmo tempo em que ajuda a desvelar o processo de construção de uma imagem de si no campo simbólico, através de traços materiais (documentos, roupas, fotografias) permite a construção de um lugar de memória. Revisitados, os registros ajudam a criar novas camadas para uma narrativa construída. Ao serem utilizados para representar situações e fatos, inserem-se em um discurso com um significado ampliado.

Jacques Derrida, a partir de uma perspectiva freudiana, discorre sobre os arquivos como lugares de memória. Tais memórias, assim como a história, sofreriam revisões decorrentes de processos de apagamentos, negações e censuras. Os documentos que compõem arquivos não estão congelados no passado, já que o presente e o futuro também operam no processo de arquivamento, na “impaciência absoluta de um desejo de memória”:

---

<sup>363</sup> MILLER, Danel. *Trecos, troços e coisas, estudos antropológicos sobre a cultura material*. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2013, p.63

<sup>364</sup> BOURDIEU, Pierre, Op. cit. p. 152.

É bem verdade que o conceito de arquivo abriga em si mesmo esta memória do nome arkhê. Mas também se conserva ao abrigo desta memória que ele abriga: é o mesmo que dizer que a esquece. Nada há de acidental ou surpreendente nisso. Com efeito, ao contrário daquilo que geralmente se imagina, tal conceito não é fácil de arquivar. Temos dificuldade, e por razões essenciais, em estabelecê-lo e interpretá-lo no documento que nos entrega; aqui, no nome que o nomeia, a saber, o “arquivo”.<sup>365</sup>

Para Michel Foucault, o termo “arquivo” pode ser compreendido como um conjunto efetivo de discursos, que implica em acontecimentos ocorridos que permitem um processo no qual se atualizam configurações de enunciados:

Não entendo por este termo [arquivo] a soma de todos os textos que uma cultura guardou em seu poder, como documentos de seu próprio passado, ou como testemunho de sua identidade mantida; não entendo, tampouco, as instituições que, em determinada sociedade, permitem registrar e conservar os discursos de que se quer ter lembrança e se manter a livre disposição. Trata-se antes, e ao contrário, do que faz com que tantas coisas ditas por tantos homens, há tantos milênios, não tenha, surgido apenas segundo as leis do pensamento ou apenas segundo o jogo das circunstâncias. (...) O arquivo é, de início, a lei do que se pode ser dito, o sistema que rege o aparecimento dos enunciados como acontecimentos singulares. Mas o arquivo é, também, o que faz com que todas as coisas ditas não se acumulem indefinidamente em uma massa amorfa.<sup>366</sup>

O acervo vai se mostrando, conforme Pierre Nora, como um lugar de memória, ou seja, que “nasce e vive do sentimento de que não há memória espontânea, que é preciso criar arquivos”<sup>367</sup>, tem caráter material, simbólico e funcional. É fruto de uma história que sente a necessidade de inventar marcos para que a memória permaneça cristalizada em lembranças que serão transmitidas.

As temporalidades da memória, que se materializam através dos arquivos como registros do que foi dito, vivido e escolhido para ser guardado, revelam-se em camadas, reatualizam-se ao evocar uma experiência primeira, como sugere Walter Benjamin:

---

<sup>365</sup> DERRIDA, Jacques, *Mal de arquivo: uma impressão freudiana*. Trad. Claudia de Moraes Rego. Rio de Janeiro: Ed. Relume, 2001, p.12

<sup>366</sup> FOUCAULT, A. *Arqueologia do saber*. Trad. L.F.B. Neves, Rio de Janeiro: Ed. Forense 2008.

<sup>367</sup> NORA, Pierre. *Entre memória e história, a problemática dos lugares*. Projeto História. São Paulo, n.10, p.7-28, 1993.

A língua tem indicado inequivocadamente que a memória não é um instrumento para a exploração do passado; é, antes, o meio. É o meio onde se deu a vivência, assim como o solo é o meio no qual as antigas cidades estão soterradas. Quem pretende se aproximar do próprio passado soterrado deve agir como um homem que escava. (...) Pois “fatos” nada são além de camadas que apenas à exploração mais cuidadosa entregam aquilo que recompensa a escavação.<sup>368</sup>

Essas camadas que constituem o passado articulam-se em lembranças que o próprio Benjamin experimentou acerca de sua biblioteca. Em uma reflexão sobre o ato de colecionar, o autor observou: “este processo ou qualquer outro é apenas um dique contra a maré de água viva de recordações que chega rolando na direção de todo colecionador ocupado com o que é seu. De fato, toda paixão confina um caos, mas a de colecionar com o das lembranças.”<sup>369</sup>

As lembranças de Rui são ainda passíveis de serem reordenadas, dando conta do tempo em que vive e atua. Seus arquivos tornam-se um lugar de memórias pessoais, mas também da moda feita no Brasil – e que tem Porto Alegre como ponto de partida.

#### 4.2 Os Acervos de Moda no Brasil

A entrada da moda nas coleções dos museus data do final do século XIX, em função de uma necessidade de fornecer aos artistas e figurinistas da época subsídios para que desenvolvessem suas criações de maneira verossímil. Se, inicialmente, as roupas eram conservadas em função de seus tecidos, ganharam também interesse por ajudar a traçar a história do vestir – que culminou por reforçar seu papel como documento histórico.<sup>370</sup>

---

<sup>368</sup> BENJAMIN, Walter. Sobre o conceito de História. In: BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas. Vol. 1.* Magia e técnica, arte e política. Ensaios sobre literatura e história da cultura. Trad. Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 2011, p.227.

<sup>369</sup> Idem, p. 216.

<sup>370</sup> WAQUET, Dominique. LAPORTE, Marion. *La mode.* Paris: Ed. PUF, 2010.

Entre os pioneiros a organizar coleções voltadas para o vestuário, encontram-se Albert Racinet e Jules Quicherat, que se esforçaram em realizar levantamentos históricos meticulosos. Já as iniciativas de colecionadores como Maurice Leloir e François Boucher<sup>371</sup> acabaram sendo determinantes para que o vestuário fosse tratado como patrimônio histórico.

Ao traçar uma linha do tempo dos museus de moda, Dominique Waquet e Marion Laporte<sup>372</sup> reforçam que o pioneirismo do *Musée Historique des Tissus de Lyon* (que existe desde 1890) deve-se ao esforço dos tecelões da cidade em reforçar seu *savoir-faire* excepcional em relação aos tecidos feitos em seda – e dessa forma, transformar o espaço do museu em uma espécie de vitrine. A evolução de uma museologia da indumentária começou a se mostrar em 1935, quando o *Victoria and Albert Museum*, em Londres, concebeu seu departamento de acessórios (atualmente abriga roupas, tecidos e acessórios). No final dos anos 1940, em Paris, o *Musée Carnavalet* abrigava um departamento voltado para a moda e indumentária, dando origem ao *Musée de la Mode et du Costume de la Ville de Paris*, instalado definitivamente no *Palais Galliera* em 1977.

Em 1986, os edifícios do Louvre passam a abrigar o *Musée de la Mode et du Textile*, esforço conjunto entre o Ministério da Cultura e a indústria da moda, interessada em valorizar o patrimônio do setor. As autoras enumeram ainda a iniciativa do *Costume Institute* e do *Metropolitam Museum* de Nova York que, a partir de 1973, sob a responsabilidade da editora de moda Diana Vreeland, transformaram a forma como a moda era exibida; a implantação da *Galleria del Costume* no Pallazzo Pitti, em Florença, aconteceu em 1983, assim como a ligação entre instituições de ensino e a constituição de museus, como é o caso do *Fashion Institute of Technology* de Nova York (1991) e o *Bunka Gakuen* de Tokyo (1979).<sup>373</sup>

---

<sup>371</sup> Albert Racinet foi um desenhista e litografista interessado em estudos arqueológicos, que, a partir de 1850, começou a difundir os seus estudos sobre o vestuário. O arqueólogo Jules Quicherat publicou, em 1875, o livro *Historie du Costume en France*. Por seu turno, Maurice Leloir e François Boucher trabalharam pela inserção do vestuário no acervo dos museus já no início do século XX. A coleção de Maurice Leloir deu origem ao Museu da moda da cidade de Paris.

<sup>372</sup> WAQUET, Dominique. LAPORTE, Marion, Op.cit.

<sup>373</sup> À lista sugerida pelas autoras poderia se acrescentar os seguintes museus também dedicados a moda, ao têxtil e á indumentária: Mode Museum, na Antuérpia; Museo del Traje, em Madri; MUDE,

No Brasil, conforme observa a historiadora Maria Claudia Bonadio, existem importantes museus que abrigam acervos têxteis e de indumentária: o Museu Histórico Nacional (MHN-RJ), o Museu Paulista (MP-SP), o Museu Imperial de Petrópolis (RJ), o Museu Carmem Miranda (RJ) e o Museu de Arte de São Paulo (MASP-SP). Também já existem no Brasil dois museus majoritariamente dedicados à moda e à indumentária: o Museu do Traje e do Têxtil da Bahia (BA) e o Museu de Hábitos e Costumes da Fundação Cultural de Blumenau (SC).<sup>374</sup>

O pesquisador Fausto Viana atenta às iniciativas pioneiras de Henriqueta Martins Catharino que, em 1933, iniciou a coleção de têxteis do Instituto Feminino da Bahia (que se tornaria o Museu do Traje e do Têxtil) e de Sophia Jobim e seu Museu de Indumentária Histórica e Antiguidades, fundado da década de 1960, que ocupava a casa onde morava no alto de Santa Teresa, no Rio de Janeiro. Sua grande coleção de peças antigas e trajes de diversos países foi elaborada durante mais de 30 anos e provinha de várias partes do mundo.<sup>375</sup>

É possível destacar algumas iniciativas: a exposição *Moda no Brasil* (2012), realizada pela FAAP, que relatava a história da moda brasileira a partir de seus criadores; também a exibição da coleção pelo MASP em *Arte na Moda: a exposição MASP-RHODIA* (2015-2016). Especialmente em relação à segunda exposição, cabe ressaltar que, apesar da intenção de dar visibilidade ao potencial criativo da colaboração entre arte, moda design e indústria, a curadoria valorizou o trabalho dos artistas plásticos que produziram estampas para os tecidos da Rhodia, restando poucas informações quanto aos costureiros que realizaram as peças, bem como à importância e complexidade dos desfiles e sua repercussão nos desdobramentos da moda produzida no Brasil.

Ainda em relação ao cenário nacional, a professora Rita Andrade chama a atenção para o pouco conhecimento sobre os acervos têxteis e de indumentária dos

---

museu do Design e da Moda em Lisboa; Museu de la Moda em Santiago; o Fashion Museum em Bath e o Musée des Arts Décoratifs et de la Mode, de Marselha.

<sup>374</sup> BONADIO, Maria Claudia. *Moda é coisa de museu?* In: *Anais do 8º Colóquio de moda*, Rio de Janeiro, 2012.

<sup>375</sup> VIANA, Fausto.. *Museu de moda ou indumentária precisa ser tão grande?* In: *Memórias e Museus, acervos, metodologia e processos curatoriais*.Org. Márcia Merlo. São Paulo:Ed. Estação das Letras e Cores, 2016.

museus brasileiros – e sobre como essa lacuna dificulta o desenvolvimento de uma dimensão pública desse tipo de patrimônio.<sup>376</sup>

Maria Cristina Volpi considera que, através das peças que compõem tais acervos, é possível perceber “ações de fabrico e uso, registros de memória que revelam corpos e afetos”,<sup>377</sup> as quais acabam por se inscrever em sua materialidade. Essas propriedades referentes a técnicas de costura, modelagem e tecido – especialmente dos trajes – se completam através de informações fornecidas, muitas vezes, por seus usuários. São dados que não só revelam um investimento afetivo, mas contribuem para determinar “as características de uma camada social associada à prática vestimentar”.<sup>378</sup>

Se as primeiras exposições organizadas por Maurice Leloir esforçavam-se em mostrar a moda como objeto arqueológico, em que as roupas ilustravam mudanças – obedecendo a uma temporalidade histórica –, Olivier Saillard, que foi diretor do Museu Galliera, dizia preferir “mostrar as roupas como os restos sublimes de um criador, mas também de quem os vestiu.” Desta forma, os objetos de moda executariam uma espécie de performance própria, com sua materialidade ligada à memória do corpo.

Os tecidos, os enfeites, as técnicas e até mesmo as pequenas curiosidades que acabam por reforçar uma espécie de vida social dos objetos transformaram-se em alvo de espetacularização. Conferiram nova dinâmica ao espaço do museu através de exposições *blockbusters*,<sup>379</sup> ou seja, acabaram por ter grande apelo popular, movimentando valores financeiros importantes.

### 4.3 A Importância do Arquivamento na Narrativa de Rui Spohr

---

<sup>376</sup> ANDRADE, Rita. Indumentária em museus brasileiros: uma questão pública? In: MERLO, Márcia (Org.). *Memórias e Museus*. Org. São Paulo:Ed. Estação das Letras e cores, 2015.

<sup>377</sup> VOLPI, Maria Cristina. As roupas pelo avesso: cultura material e história social do vestuário. *Revista dObras*, v.7, n.15, 2007, p-71-78.

<sup>378</sup> Idem.

<sup>379</sup> Utilizo aqui um termo utilizado pela historiadora Maria Claudia Bonadio ao descrever a exposição “*Heavenly Bodies: Fashion and Catholic Imagination*” (2017), ocorrida no Metropolitan Museum de Nova York que se tornou um sucesso de público e, conseqüentemente, de arrecadação para o museu. IN: *dObras* v. 11, no,24, novembro, 2018.

A biografia escrita por Rui, conforme a perspectiva proposta por Alessandra Vaccari, pode ser compreendida para além de uma seleção de fatos que, narrados, ajudam a consolidar uma imagem de si. O gesto de escrever, organizar e tornar públicas as memórias é também um processo de arquivamento. A seleção, ordenação e classificação dos acontecimentos em uma narrativa determinam o sentido desejado a ser dado à própria vida – também de acordo com Philippe Artières.

Retoma-se aqui, ainda, a noção de memória enquadrada, de Michel Pollak, para quem a memória não é construída de maneira arbitrária: produz um discurso organizado, passível de ser reorganizado e reinterpretado a partir dos objetos fornecidos pela história. Tal e qual a memória, como sugere Pollak, a identidade é construída e experimenta um processo de manutenção: “é um fenômeno que se produz em referência aos outros, aos critérios de aceitabilidade, de admissibilidade, de credibilidade [...] Memória e identidade podem perfeitamente ser negociadas.”<sup>380</sup>

No caso de Rui, arranjos e rearranjos se dão em torno do discurso sustentado pelos registros e documentos que compõem seu arquivo pessoal, que é compreendido como patrimônio. O sentido dado à própria vida constitui uma imagem que, antes de conectada a um capital simbólico, faz parte da construção da identidade.

Até a demolição da casa da Rua Miguel Tostes, em 2015, o acervo de Rui ocupava o sótão do prédio. A organização seguia uma lógica intuitiva, onde pastas classificavam, ano a ano, os modelos executados sob-medida e também registros fotográficos, artigos da imprensa e correspondências. Somava-se a esse material roupas, acessórios, aviamentos e uma vasta coleção de revistas.

A partir do interesse de pesquisadores de diversas áreas, o acervo passou por um levantamento detalhado e, dessa forma, foi dividido em quatro coleções: coleção objetos, coleção textual, coleção iconográfica e coleção têxtil. A coleção de objetos se constitui de materiais em metal, madeira e tecido. A coleção textual se constitui de documentos em suporte papel de diversas origens, como, por exemplo, recortes de jornal, livros, cadernos, revistas, folders, folhas avulsas e pastas. A coleção iconográfica

---

<sup>380</sup> POLLAK, Michel. *Memória e identidade social*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, 1992, p. 200-212. p. 204.

é composta por desenhos feitos em lápis grafite e pastel, além de fotografias preto e branco e coloridas – no período entre a década de 1940 e os dias atuais.<sup>381</sup>

O acervo particular de Rui Spohr, dessa forma, pode ser encarado como um arquivo de fontes diversificadas, integrando sua história de vida à história da sociedade em que vive e atua. Apesar da seleção dos objetos ter se iniciado pela vontade de Rui, a organização passou a ser tarefa de Doris, sua esposa. Como guardiã, ajudou a elaborar um discurso acerca dos objetos guardados que acabou sendo incorporado à “história oficial” de Rui.

Gabriela Penna comenta ação semelhante por parte de Thereza de Paula Penna na organização de um arquivo pessoal e familiar acerca de seu irmão, o artista gráfico Alceu Penna. Apesar de, conforme a pesquisadora, ser possível encontrar peças e registros acerca da carreira de Alceu em diferentes espaços e museus, dada a versatilidade profissional, nos registros guardados por Thereza existe a sua atuação de mediadora e guardiã, além do vínculo afetivo e familiar.

As memórias de Thereza também fazem parte do arquivo. Gabriela Penna, ao analisar a organização desses registros, observa:

Os documentos não se encontravam em uma prateleira de biblioteca ou reserva técnica de museu, mas na casa que dividiu durante uma vida com o irmão. Por isso a lógica que permeava aquele manuseio de documentos era afetiva em sua maior porção. Em alguma medida, aqueles objetos eram, também, para Thereza ‘uma viagem no tempo’ e manuseá-las significava acionar uma rede de lembranças, sensações e emoções. Podemos entender assim que eles se portavam, acima de tudo, como uma coleção para Thereza.<sup>382</sup>

Também Frantieska Huszar Schneid, ao utilizar um arquivo familiar para investigar fotografias de casamento, relata a atuação de uma guardiã. Na investigação de Schneid, “a guardiã do acervo familiar assume a responsabilidade de atuar em

---

<sup>381</sup> O levantamento do acervo foi realizado pela bibliotecária Ana Reckziegel, com orientação de Doris Spohr.

<sup>382</sup> PENNA, Gabriela Odornes. *Produção de sentido em um arquivo pessoal: as ilustrações de figurinos de Alceu Penna para o show Brazil Export (1972)*. Tese (Doutorado). PPG em Arte e Cultura Visual. Faculdade de Artes Visuais. Universidade Federal de Goiás, 2016, p.83.

nome da memória do grupo, definindo quais fotografias e objetos serão guardados e de que maneira esse acervo será reformulado, incorporando novos materiais.”<sup>383</sup>

Como observa Angela de Castro Gomes, a memória é um trabalho que “refaz o passado segundo os imperativos do presente de quem rememora, ressignificando as noções de tempo e espaço e selecionando o que vai e o que não vai ser dito”.<sup>384</sup> O guardião ou mediador da memória atua como narrador:

um ‘narrador privilegiado’ da história do grupo a que pertence e sobre o qual está autorizado a falar. Ele guarda/possui as ‘marcas’ do passado sobre o qual se remete, tanto porque se torna um ponto de convergência de histórias vividas por muitos outros do grupo (vivos e mortos), quanto porque é o ‘coleccionador’ dos objetos materiais que encerram aquela memória. Os ‘objetos de memória’ são eminentemente bens simbólicos que contêm a trajetória e a afetividade do grupo. Sejam documentos, fotos, filmes, móveis, pertences pessoais, etc., tudo tem em comum o fato de dar sentido pleno, de ‘fazer viver’ em termos profundos o próprio grupo.<sup>385</sup>

Michelle Perrot sugere que, ainda no século XIX, os arquivos privados e os chamados *livres de raison* – uma espécie de atlas da vida das famílias – eram produzidos e guardados pelas mulheres. Conforme Perrot “no século XIX, a coleção, mais ainda a bibliofilia, são atividades masculinas. As mulheres se dedicam à matéria mais humilde: as roupas e os objetos, bugigangas, presentes recebidos”.<sup>386</sup>

Ao organizar a memória do marido – selecionando, catalogando os suportes que irão contar sua história –, Doris também cria uma narrativa para si. É ao lado de Rui que Doris se desenvolve profissionalmente e, em função de sua imagem vinculada à imagem do casal, torna-se a “Doris do Rui”.

O sótão da casa da Rua Miguel Tostes poderia ser ainda compreendido com a extensão do espaço doméstico, onde exercita o pressuposto do “guardar hoje para ter amanhã”. Antonia Moro, neta de Rui e de Doris, sugere que essa noção de organização

---

<sup>383</sup> SCHNEID, Frantieska Huszar. *Vestidos da memória, os registros de um casamento em um álbum de família*. Curitiba: Ed. Prismas, 2018, p.125

<sup>384</sup> GOMES, Angela de Castro. A guardiã da memória. Acervo. *Revista do Arquivo Nacional*, Rio de Janeiro, v.9, nº 1/2, jan./dez. 1996, p.17-30, p. 23

<sup>385</sup> IDEM, p. 24

<sup>386</sup> PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. Trad. Angela M.S. Correa. São Paulo: Ed. Conexto, 2016, p.13

seria um traço (ou hábito) herdado de família.<sup>387</sup> Ao se casar, a avó teria sido ensinada por uma tia como organizar a casa da melhor maneira, a fim de facilitar o cotidiano do casal, algo que fazia sentido em uma época em que as mulheres eram preparadas para o cuidado da casa, dos filhos e do marido.

Ao lado de Rui, Doris atende o padrão desejado às mulheres de sua época, retomando-se as considerações de Carla Bassanezi<sup>388</sup> sobre as mulheres dos "Anos Dourados", que deveriam acompanhar o esposo, integrando-se à sua existência.

Doris teve papel crucial na organização dos ateliês de costura e modelagem<sup>389</sup>, coordenando o corte, as costureiras e as provas de roupas. Em um espaço feminino, tornou-se a executora das ideias do marido. Portanto, nos documentos do acervo, está conservada também a memória das mulheres que ajudou a trajar, sendo capaz de repetir pormenores a respeito de técnicas, materiais e até particularidades em relação ao corpo das clientes<sup>390</sup>—consideradas para o caimento desejado das roupas..

Nesse sentido, como sugere Philippe Artières, a constituição do acervo onde Rui é rememorado de maneira indissociável à ação de Doris pode ser compreendido como um processo de subjetivação. Ou seja, constrói-se uma identidade a partir e em torno das representações que ajudarão a contar a sua história.

O processo de organização de narrativa e auto-imagem pode ser acompanhado através da organização do acervo de Rui, bem como a maneira como ganhou visibilidade, extrapolando os limites do sótão onde os documentos ficavam guardados. A partir dos critérios utilizados para a organização do acervo, é possível destacar peculiaridades de documentos, assim como do tratamento dispensado a determinados eventos e objetos.

A seguir serão abordadas algumas das coleções e documentos explorados ao longo dessa pesquisa. Tais registros reforçam os discursos autobiográficos de Rui e, ao mesmo tempo, proporcionam uma abertura: como fontes de pesquisa, podem assumir

---

<sup>387</sup> Antonia Moro concedeu entrevista sobre acervo em setembro de 2017.

<sup>388</sup> BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (org.) *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

<sup>389</sup> "Teve uma vez em que olhei na agenda e, naquele mês, eu tinha cortado quarenta vestidos!" foi uma observação feita por Doris em entrevista.

<sup>390</sup> Em relação a primeira dama Scylla Médici, por exemplo, Doris ressalta que uma pequena diferença entre a altura de seus ombros precisava ser respeitada tanto na escolha quanto na execução dos modelos.

uma nova performance à medida que remetem não apenas aos tempos de Rui, mas também aos tempos da sociedade e do campo da moda feita no Brasil.

#### 4.4. A Coleção Iconográfica

A coleção iconográfica conta com mais de noventa pastas, com datas entre 1958 e 2016, que arquivam todos os desenhos referentes a modelos confeccionados por Rui. São vestidos de noivas, debutantes e demais modelos feitos a lápis sobre papel *canson*, contendo observações sobre os detalhes e materiais escolhidos.

A data da primeira pasta, 1958, mostra que Rui passou a ser costureiro – além de chapeleiro – durante o período em que colaborou com o jornal *A Hora*. Seria também o período em que Doris passou a se dedicar aos processos de confecção.

Junto a esses desenhos, é possível ainda recuperar agendas com datas de marcações de provas, assim como as medidas das clientes e até mesmo o valor pago pelos modelos. Não raro, as noivas tinham o hábito de presentear Rui com uma fotografia do dia do casamento, o que funcionava como um registro da peça pronta e cumpria sua função de uso, na situação para a qual fora encomendada.

O desenho antecede o processo de confecção que, ao seguir as técnicas francesas, prevê a confecção de um *toile* – que é uma espécie de molde de tecido para a primeira prova, com forma que obedece às linhas gerais do modelo proposta pelo desenho. Após o *toile* ser ajustado ao corpo da cliente ou da modelo, e de serem definidos detalhes como recortes e cavas, a roupa é cortada no tecido definitivo, e então passa por nova prova, até que se chegue ao resultado esperado, mais fiel possível ao desenho inicial. Como os *toiles* não são guardados, os desenhos – e as fotografias, quando existem – acabam funcionando como uma espécie de “certidão de nascimento” das peças. Como exemplo, o vestido de noiva de Ieda Maria Vargas

(1968), com seu desenho e fotografia. Recentemente o vestido também passou a integrar o acervo.<sup>391</sup> (Imagens 50 e 51)

*Figura 51 - Desenho do vestido de noiva de Ieda Maria Vargas, 1968.*



Fonte: Acervo Rui Spohr

---

<sup>391</sup> Ieda Maria Vargas se desfez de roupas e objetos pessoais em um leilão que aconteceu em abril de 2017, em Gramado (RS). Foi a primeira aquisição de uma peça Rui para o acervo - não oriunda de doação.

Figura 52 - Rui e Ieda Maria Vargas. Foto Nick, 1968.



Fonte: Acervo Rui Spohr

Em seu livro, Rui descreve o momento do atendimento à cliente, quando, em uma espécie de performance (como sugere o filósofo Lars Svendsen), representa o “criador livre”, guiado pela subjetividade – repetindo uma ação iniciada por Charles Worth. Em seu livro, Rui descreve que:

Na entrevista de hora marcada com a cliente, desenho três ou quatro modelos e compra-se este com aquele, ponderam-se os prós e contras de um e outro, até se chegar finalmente ao modelo exato. Dada a minha formação e os meus anos de experiência, e auxiliado por uma intuição muito minha, em geral sei de antemão qual é o vestido definitivo que vou desenhar para aquela cliente “x” para aquela ocasião “y”. Mas não deixo de

desenhar três modelos, ou no mínimo dois, antes de fazer o esboço que, conforme já pressenti, a cliente vai escolher.”<sup>392</sup>

Esse “pressentimento”, seguido de um jogo de escolha dos modelos, materiais e cores, dá ao desenho feito diante da cliente a noção de obra, que começa a ser concebida a partir de um traço – mas que apenas ganhará forma ao ser vestida. Assim como a proposição quase impositiva do modelo, associa-se o processo de produção da roupa ao fazer artístico, como o de um pintor ao lançar tintas em uma tela.

Por outro lado, um processo cerimonioso, quase ritualístico, reatualiza a estratégia de Worth: a capacidade de elaborar uma criação virtuosa, utilizando-se de métodos e processos da indústria da confecção. O fazer excepcional perpassa a roupa, torna-se marca distintiva; confere status ao usuário.

O processo da encomenda do modelo, que se inicia na entrevista – com o desenho do modelo – fica marcado no acervo por meio desses croquis rápidos, que visam, como sugeria Christian Dior, ser um ponto de partida para representar o que ainda é imaginado:

Os croquis fixam o trabalho da mente, mas não como um desenho em escala, não como uma composição estática . Não, são silhuetas em movimento, uma tentativa de exprimir, pelo desenho, como será o traje vestido, isto é, tem sua utilidade, sua eficácia. E os croquis traduzindo o que aparece na imaginação, facilitam a execução- é o que me dizem todas as costureiras-chefes, que são quem faz as roupas- , porque há uma espécie de antecipação e, para que uma roupa dê certo, é necessário ter uma ideia de como ela será dentro do movimento da vida.<sup>393</sup>

Importante observar que esses desenhos eram diferentes daqueles que iam para o jornal, pois, em verdade, eram esboços mais rápidos que buscavam dar à cliente uma visão do modelo e orientar o trabalho das costureiras.

As colunas escritas para o jornal formam uma coleção a parte, que dá a entender que o jornal é mais um campo de atuação de Rui: nele, dialoga com um público leitor mais abrangente, além da clientela habitual. Os desenhos feitos para o jornal são mais detalhados, por vezes coloridos, atendendo ao critério de ilustração.

<sup>392</sup> SPOHR, VIEGAS-FARIA. Op.cit. p.208

<sup>393</sup> DIOR, Christian. Op.cit. p.40-41

O estilista Ronaldo Fraga, ao considerar a importância dos desenhos na construção de uma linguagem estética representativa da moda, considera:

Muito antes da chamada identidade ou autoralidade da criação entrar em voga no Brasil, o desenho de moda já cumpria, de certa forma, esse papel. Mesmo copiando modelos da moda europeia, estilistas nacionais já se faziam autores por meio de seus traços pessoais como ilustradores.<sup>394</sup>

A relação de Rui com o desenhar, bem como a importância que sempre deu a esse ato, pode ser compreendida através de sua intenção de guardar os esboços. Em um pequeno bloco, aqueles que seriam os primeiros desenhos aparecem ainda bastante pequenos e cheios de detalhes. A primeira busca para uma orientação em relação ao traço veio de um encontro com o artista plástico Vitorio Gheno,<sup>395</sup> que levou Rui a buscar uma formação mais específica no curso de Belas Artes – e culminou com sua ida para a França. (Figura 53)

---

<sup>394</sup> FRAGA, Ronaldo. In: MARIANO, Marcele e ALONSO, Maria Rita. *Moda ilustrada, pinturas, croquis, estampas e desenhos que contam a evolução do vestuário no Brasil*. São Paulo: Editora Luste, 2018.

<sup>395</sup> Vitorio Gheno iniciou sua carreira como desenhista na Editora do Globo e, em 1942, participou do primeiro salão de Artes Plásticas de Porto Alegre. Em 1945, mudou-se para a Argentina, onde trabalhou com publicidade (Segundo Rui, quando Gheno retornou da temporada no exterior, foi alvo de reportagem na Revista do Globo o que o fez marcar uma entrevista com o jovem artista plástico, em busca de orientação para os seus desenhos. À época, Rui ainda morava em Novo Hamburgo. (conforme entrevista realizada em setembro de 2018)

Figura 53 - Desenhos de RUI e Vitório Gheno, 1949.



Fonte: Acervo Rui Spohr

Algumas pastas dão indícios de encomendas especiais, como a dedicada às roupas feitas para a então primeira-dama Scylla Médici (1969-1971), a então governadora Yeda Crusius (2007-2011) e também clientes destacadas na sociedade, como Ione e Suzana Sirotsky.<sup>396</sup>

Em seu livro, Rui comenta que as roupas de Scylla Médici eram confeccionadas em tecidos doados pelas tecelagens e confeccionados a preço de custo. Da colaboração que aconteceu entre 1969 e 1971, além dos desenhos, ficaram no acervo

---

<sup>396</sup> Além de clientes habituais, representavam duas gerações ( mãe e filha) vestidas por Rui. Além disso a família Sirotsky está a frente do Grupo RBS, conglomerado de mídia que atende o Rio Grande do Sul e Santa Catarina que conta com emissoras de rádio, TV, jornais e portais de internet. Suas emissoras de TV aberta são afiliadas à Rede Globo.

algumas das peças que a então primeira-dama usou na visita a Washington, acompanhados das orientações detalhadas sobre o uso de cada modelo – bem como dos acessórios – de acordo com as ocasiões previstas durante a estadia. (Figura 54). Já Ione e Suzana Sirotsky representam o que, em suas memórias, Rui chama de “clientes de ano, que fazem conosco os seus grandes vestidos: noiva, a filha debutante, mãe de noiva, a filha noiva.”<sup>397</sup>

Figura 54 - Nota fiscal Scylla Médici, 1971.

**rui**  
RUA PINTO BANDEIRA, 475 - FONE 25-26-53 - PORTO ALEGRE

Nº 1932

FLÁVIO SPOHR, ESTABELECIDO NO ENDERÉÇO SUPRA, REMETE EM 30.11.71.  
A SRA. SCYLLA NOGUEIRA MÉDICI  
ENDERÉÇO PALÁCIO DA ALVORADA  
CIDADE BRASÍLIA ESTADO DF AS SEGUINTE MERCADORIAS:

**NOTA FISCAL - A**  
2.ª VIA - Fiscalização  
INSCRIÇÃO 96.16.286  
VENDA A VAREJO  
INSC. C. G. C. 92.807.809/1

| Quantidade                                  | Discriminação | Valor  |
|---------------------------------------------|---------------|--------|
|                                             | MANTEAU BÉGE  | 485,00 |
| As mercadorias seguem nos seguintes volumes |               | 485,00 |
| Melo de Transporte                          |               |        |
| TOTAL DA NOTA                               |               |        |

A Regão S. A. - Inscr. 335 - C. 928448 - 10.10.4x20 - 1001 x 2000 - QF 8095 - 5/70.

**Sra.**  
**SCYLLA NOGUEIRA MÉDICI**

|                          |        |             |
|--------------------------|--------|-------------|
| Manteau bége - feitió    | 400,00 |             |
| Fôrro e aviam. botões    | 50,00  |             |
|                          | 35,00  | Cr\$ 485,00 |
| Luvras (condicional) por |        | Cr\$ 50,00  |

Emprestados: Gola e chapéu de pele  
Capa de plumas  
Dois chapéus de feltro.

Fonte: Acervo Rui Spohr

Ao atender mulheres em funções públicas, donas e cargos com visibilidade, ou ao destacar uma clientela que atendeu ao longo de gerações – especialmente em eventos sociais importantes, como casamentos e bailes de debutantes –, Rui

<sup>397</sup> SPOHR, Rui, VIEGAS-FARIA, Beatriz. Op.cit., p. 243.

consolidou uma imagem, como sugere Pierre Bourdieu, à *droite*. Tornou-se uma referência representando certa tradição, perenidade.

#### 4.5 Os Desfiles: registros de um ritual

Em seu livro, Rui dá papel de destaque aos desfiles, compreendendo-os como “um ritual, uma cerimônia”. O tema, a unidade da coleção, estava presente “também na escolha do local, na preparação e iluminação da passarela e, obviamente, na seleção da música”. O desfile, além do ritual e da cerimônia, era para Rui também uma celebração do ato criativo”.<sup>398</sup>

Como observa Caroline Evans, tendo como ponto de partida as ideias de Guy Debord sobre a sociedade do espetáculo,<sup>399</sup> o desfile de moda é um fenômeno relativamente recente: sua origem está intimamente ligada ao desenvolvimento da alta-costura na França, favorecendo o atendimento de clientes, assim como o de compradores internacionais, que buscavam *toiles* para reprodução em escala. Dessa forma, o desfile desempenhou papel fundamental no desenvolvimento da indústria da moda moderna, relacionando-se com a arte, o teatro, o cinema o consumo e a erotização da figura feminina. Através das modelos (ou *manequins*), a moda passou a ser corporificada, ou seja, o gestual e a performance do corpo também deviam atender um padrão.

Os primeiros desfiles não tinham data fixa e as modelos ficavam à disposição das clientes, que “permaneciam sentadas em cadeiras no salão enquanto o costureiro, ou *vendeuse*, destacava as características dos modelos.” Nos anos 1950, esse tipo de evento poderia durar mais de uma hora. Não havia música e era anunciado o número do modelo em exibição:

---

<sup>398</sup> SPORH, Rui, VIEGAS-FARIA, Beatriz, Op.cit. p.245.

<sup>399</sup> Sobre o espetáculo o autor sugere que: “*le spectacle n’est pas indetifiable au simple regard, même combiné à l’écoute. Il est ce qu’il échappe à l’activité des hommes, à la reconsidération et à la correction de leur oeuvre. Il est le contraire du dialogue. Partout où il y a représentation indépendante, le spectacle se reconstitue*” DEBORD, Guy, *La société du spectacle*. Paris: Ed. Gallimard, 1992, p.23.

Podia haver no salão uma pequena plataforma ou passarela elevada, em forma de T ou semicircular, às vezes com cortina, ou a manequim simplesmente caminhava entre fileiras de cadeiras dispostas no espaço carpetado. Obedecia-se a uma ordem rígida de apresentação; o vestido de noiva no encerramento é remanescente desse protocolo. As modelos não pulavam nem reboavam, mas deslizavam lentamente, voltavam-se delicadamente, faziam a pose e então se retiravam em passo contido.<sup>400</sup>

Nos registros que dão conta do primeiro desfile de Rui, realizado em Novo Hamburgo e alvo de reportagem na Revista do Globo, encontra-se uma lista com o nome das modelos e a descrição completa dos modelos e acessórios, como flores e chapéus. As fotografias do evento dão ideia do movimento teatral das modelos, com poses e paradas. (Figura 55). Em suas memórias, Rui diz:

O desfile fez-se com música, luz e um tapete/passarela que se estendia até o meio do salão, descendo do palco. A música foi muito importante [...] eu tinha descoberto La Mer, que depois virou sucesso nas rádios, na voz de Charles Trenet. Começa o desfile, o salão é inundado por aquela música muito bonita, [...] o público aquieta-se e entram as duas primeiras manequins [...] com chapéu, sombrinha e tudo a que tinha direito. As pessoas ali nunca tinham visto nada igual. O mais engraçado é que eu também não. Mas as meninas estavam ensaiadas e todas as poses tinham voltinhas. Trabalhei a montagem do desfile baseado em filmes de Hollywood, revistas de moda e instinto.<sup>401</sup>

*Figura 55 - Primeiro desfile de Rui, 1949.*



Fonte: Acervo Rui Spohr

<sup>400</sup> EVANS, CAroline. Op.cit, p.55

<sup>401</sup> SPOHR, Ruj, VIEGAS-FARIA, Beatriz. Op.cit.p.191.

Além do tom civilizador de quem levava à cidade algo até então inédito – justificando que, à época, desfiles de moda não existiam fora dos grandes centros urbanos –, ao afirmar que se inspirava nos filmes de Hollywood Rui reforçava a extensa pesquisa de Caroline Evans que aponta o papel do cinema como promotor da moda francesa, especialmente na primeira metade do século XX.

Às imagens do cinema, somam-se aquelas veiculadas na imprensa, especialmente nas revistas femininas. Conforme Debora Elman, as revistas agiam como mediadoras das imagens de passarela, acrescentando mais detalhes, como bastidores, ambientes da apresentação e espectadores. As reportagens sobre desfiles buscavam criar uma narrativa para os leitores, com comentários descritivos sobre as coleções.<sup>402</sup>

Ainda em seu livro, Rui se coloca como uma espécie de “caçador de talentos”, que ensinava às aspirantes a modelo, a partir do que tinha visto em Paris, a “colocar a mão na cintura, fazer jogo de pernas, como fazer os pivôs”.<sup>403</sup> Também creditou a si a “descoberta” de Lucia Curia e Lilian Lemmertz.

Porém, como rememora o jornalista Paulo Gasparoto<sup>404</sup>, esse tipo de evento não era raro nos anos 1950, como testemunham os jornais em relação às excursões de Jacques Heim ou ainda os desfiles itinerantes para a escolha da Miss Elegante Bangu, onde eram apresentados modelos de José Ronaldo. Os desfiles de Rui eram, assim, concorridos – também pela beleza de suas manequins.

Rui dá a entender, ainda, que partiu de Curia a indicação a Livio Rangan para integrar o time de costureiros da Rhodia, demonstrando o destaque que a profissão foi adquirindo. À época, Curia trabalhava com Dener e integrou o time de modelos dos eventos organizados por Rangan. Foi ainda uma das primeiras modelos brasileiras a seguir carreira internacional e chegou a ser assessora de Gabrielle Chanel.

Dos eventos da Rhodia, além de desenhos e da fotografia, o acervo de Rui conservou uma amostra de tecido pintada pelo artista plástico Manabu Mabe – que, possivelmente, serviria de *rapport* para a composição das estampas nos tecidos. Tais

---

<sup>402</sup> ELMAN, Debora, Op.cit.p.80.

<sup>403</sup> SPOHR, Rui, VIEGAS-FARIA, Beatriz. Op.cit.p252.

<sup>404</sup> Paulo Gasparoto concedeu entrevista em abril de 2018.

eventos ainda correspondem às transformações que as apresentações sofreram com a evolução do setor da moda, especialmente ligado ao *prêt-à-porter*, nos anos 1960. Os desfiles se transformaram em verdadeiros espetáculos, com cenografia elaborada e o propósito de “traduzir o espírito da coleção, imaginada pelo criador de moda.”<sup>405</sup>

Em 1971, Yves Saint-Laurent lançou uma coleção icônica, para a qual se inspirou na estética da década de 1940. Evocando diretamente o período da guerra, mostrou mulheres portando cores vivas em turbantes e calças compridas – na contramão da moda de ares futuristas evocada por Pacco Rabbanne e Andrès Courrèges. Em 1984, Thierry Mugler comemorou os dez anos de sua marca com um desfile no Zenith, para um público de mais de seis mil pessoas. Em 1988, o próprio Yves Saint-Laurent fez desfilar suas criações na *Fête de l’Humanité* diante de quarenta mil espectadores, performance semelhante à apresentada anos depois, durante a final da Copa do Mundo de 1998, no *Stade de France*.<sup>406</sup>

Em seu livro, Rui comenta que, a partir dos anos 1970, começou a fazer desfiles abertos ao público. A estratégia comercial ajudava a impulsionar seu *prêt-à-porter* em ascensão:

Fazíamos cerca de 80 modelos para cada desfile e, no dia seguinte, sete horas da manhã, as clientes estavam lá, seus rostos ainda sem maquiagem, fazendo fila para comprar o que tinha visto no dia anterior (...) Os trajes apresentados no desfile eram feitos pensando-se no tamanho das compradoras.. Escolhia-se um corpo próximo à medida das clientes elegantes, tipo medida-padrão da nossa clientela. (...) As roupas do desfile eram então adaptadas: podia-se alargar o vestido, encurtar a saia e encurtar as mangas da blusa, porque manequins tem braços e pernas compridos.<sup>407</sup>

Também reforçava sua atuação como mediador de tendências internacionais: acompanhava as mudanças da moda internacional, adaptando-as localmente. Vale ressaltar que Rui escolhia modelos com os corpos próximos aos das clientes – mais do que uma estratégia de identificação, reflexo das mudanças na forma como as peças

---

<sup>405</sup> SACKRIDER, Françoise. Du podium à la boutique In: *SHOWTIME, le défilé de mode*. Catálogo de exposição. Paris Musées, 2006.

<sup>406</sup> KAMISTIS, Lydia. *Une histoire impressioniste du défilé depuis les années 1960*. In: *SHOWTIME, le défilé de mode*. Catálogo de exposição. Paris Musées, 2006.

<sup>407</sup> SPOHR, Rui, VIEGAS-FARIA, Beatriz. Op.cit.

passaram a ser produzidas. Era comum que os modelos desfilados fossem encomendados e, por vezes, vendidos.

Tais constatações são possíveis em função da ampla documentação a respeito desses eventos. Além de conservar várias fitas de vídeo, em formato VHS, que registram desfiles entre os anos de 1983 e 1998, o conjunto dos registros dá conta de fornecedores, clientes, modelos e parceiros, entre outros detalhes.

O desfile de 1993, por exemplo, ocorrido na Secretaria da Educação – o qual, na abertura, contou com as ovelhinhas enfeitadas com joias – teve colaboração bastante ativa da então primeira-dama Neuza Canabarro. Produzido em benefício à Liga Feminina de Combate ao Câncer, o evento buscava, junto com o Governo do Estado, a consolidação do Polo Gaúcho da Lã. Foi aberto ao público mediante a venda de ingressos.

A ampla cobertura da imprensa dada ao evento, assim como o apoio do Governo do Estado, também transformou o desfile em alvo de críticas. A recente digitalização da fita VHS com imagens do desfile deu nova dimensão ao evento, através das imagens em movimento que captam também o som, as mudanças na iluminação e o ir e vir coreografado das modelos. Rememorar o desfile foi uma chance de dar-lhe novo significado.

Sobre um desfile de moda ocupando um espaço público: a ideia de Rui não era inédita, já que, no mesmo ano, a estilista Milka Wolf fez um desfile ocupando o Salão Negrinho do Pastoreio (espaço nobre do Palácio Piratini, que sedia o governo do Estado) ao som da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre – também a convite de Canabarro.<sup>408</sup> Bem antes, em 1968, Luciano Baron foi o primeiro a mostrar suas criações na ala residencial do prédio do Governo do Estado.<sup>409</sup>

Os registros dos desfiles, além de relevantes para o universo da moda, com detalhamento rico sobre o processo de criação e confecção dos modelos, assim como a construção do desfile e sua repercussão na imprensa local, ajudam a compreender como as dinâmicas da moda, ligadas à distinção, se articulam ao ambiente social e

---

<sup>408</sup> Milka entra no cenário palaciano. *Jornal Zero Hora*, 4 de março de 1993.

<sup>409</sup> RIBEIRO, CELIA. Show de moda valoriza a pura lã. *Jornal. ZERO HORA*, 1º de maio, 1993. p.12

político de da cidade. Além disso, o desfile pode ser relacionado a um conjunto de ações locais que tiveram a moda como tema.

Célia Ribeiro, em 1994, organizou a exposição “Zero Hora: 30 anos de Moda – Salão de Alta-Costura”, celebrando o aniversário do jornal. No evento, pautado nos textos sobre moda veiculados em suas edições, um modelo de Dener usado por Maria Teresa Goulart, assim como outro de Oleg Cassini, que vestiu a então Miss Universo leda Maria Vargas e ainda um Valentino, que pertenceu a Lucia Curia, somavam-se às criações de Mary Steigleder e Rui, que foram numerosas. Célia Ribeiro organizou ainda um espaço dedicado a série *Manequins*, pintada por Iberê Camargo em 1986.

No mesmo ano, a Prefeitura Municipal de Porto Alegre organizou o I USIMODA, evento de fabricantes de moda da cidade que contou com um desfile de época com roupas do acervo do Museu Júlio de Castilhos. A pouca preocupação com o aspecto museológico das roupas reforçou o caráter da moda vista como curiosidade. Por outro lado, com o objetivo de fazer uma retrospectiva da moda de Porto Alegre, a organização do evento justificou-se: “identificar os períodos e os hábitos culturais dos moradores da cidade” através do vestir.

Em 1998, Célia Ribeiro novamente se dedicou a uma exposição e organizou a mostra itinerante “Retratos de Casamento”, uma promoção do jornal Zero Hora e da Secretaria de Estado da Cultura com patrocínio das Lojas Renner. Na exposição, trajes de noivas e fotografias, assim como a participação de costureiros como Rui Spohr, Lino Villaventura, Sergio Pacheco, Milka Wolf e Guilherme Guimarães, pontuavam a relação entre moda e casamento.

#### **4.6 O Acervo como (auto)referência**

Alessandra Vaccari observa que, nos últimos anos, as empresas de moda vêm valorizando seus arquivos – que, muitas vezes, passam a ser utilizados com o objetivo

de reforçar uma imagem corporativa ou, ainda, alimentar o processo criativo de seus designers.<sup>410</sup>

Um exemplo pode ser visto no documentário *Dior and I*, de 2014, dirigido por Frédéric Tcheng. Nele, o trabalho criativo de Ralf Simons – em sua estreia na *maison* Christian Dior – ganhou protagonismo, deixando evidentes algumas diferenças: Dior entrou para a história da moda como costureiro-criador que se abastecia das memórias da infância no jardim da família, em Granville – com seus desenhos, "transformava as mulheres em flor". Já Simons, diretor artístico, em nenhum momento traçou um croqui. Ordena seu referencial criativo às imagens constituídas pelo próprio Dior.

Em dado momento, Ralph Simons observa um conjunto de fotografias, ou ainda faz desfilar uma modelo, portando originais de Dior, criados em 1950. Ao visitar uma exposição no Centre Georges Pompidou, não hesita em telefonar para o artista Sterling Ruby e pedir permissão para transformar sua obra em tecido. Aos poucos, a primeira coleção de alta-costura de Ralf Simons para Christian Dior se revela a partir dos arquivos que compõem a memória da marca. Elin e Colin Renfrew chamam esse processo de arquivismo, que consiste em analisar coleções anteriores – ou mesmo antigas – em busca de inspiração. É uma maneira de atualizar a marca, a partir de suas próprias referências estéticas ou modelos marcantes.<sup>411</sup>

De certa forma, o filme atualiza as discussões de Pierre Bourdieu acerca da sucessão nas marcas de moda, que leva em conta a dificuldade de manutenção das empresas com a morte de seus fundadores. A marca criada por Christian Dior pertence hoje ao conglomerado de luxo LVMH e conta, atualmente, com mais de 205 lojas em todo o mundo. Em um contexto que Gilles Lipovestky chama de luxo-marketing<sup>412</sup>, os

---

<sup>410</sup> VACCARI, Alessandra. Arquivos, arquivismo e design de moda: uma experiência prática. *Revista dObras*, v.5, n.12, 2012, p.50-57.

<sup>411</sup> RENFREW, Colin, RENFREW, Elinor. *Desenvolvendo uma coleção*. Trad. Daniela Fetzner. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2010, p. 68.

<sup>412</sup> Para Lipovestky, até meados dos anos 1980 o setor de luxo escorava-se em sociedades familiares, dando lugar a grandes grupos financeiros que passaram a operar uma espécie de portfólio de marcas prestigiosas. As operações de aquisição e fusão assim como o fim dos criadores-artistas altera de maneira definitiva as dinâmicas do campo da alta-costura, observadas por Pierre Bourdieu. Ver. LIPOVETSKY, Gilles, ROUX, Elyette. *O Luxo eterno, da idade do sagrado ao tempo das marcas*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

designers, e não mais os estilistas ou costureiros, passam a chamar atenção muito mais por sua capacidade de vender – atendendo às dinâmicas de um mercado global – do que pelo seu carisma, como sugere Suzy Menkes.<sup>413</sup>

Guardadas as proporções, longe dos grandes conglomerados financeiros e das demandas de uma empresa globalizada, em outubro de 2015 houve uma ação de reatualização da marca Rui onde se observou processo muito semelhante ao exibido no documentário que registrou o trabalho de Raf Simons para Dior: elementos de arquivo foram trazidos à tona para incorporar criações no presente. (Figura 56)

*Figura 56 - Coleção Cápsula Croquis. Ricardo Lage, 2015.*



Fonte: Acervo Rui Spohr.

A linha foi composta por um lenço, uma camiseta e um livro para colorir, evidenciando justamente aquilo que aproxima o costureiro do gestual do artista: seus croquis. Os desenhos utilizados como estampa foram os que ilustraram os primeiros

<sup>413</sup> MENKES, Suzy. *Who's the next in fashion? No one.* International Herald Tribune, 2 de outubro de 2006. Disponível em: < <https://www.nytimes.com/2006/10/02/style/02iht-Rera.3003286.html> >. Acesso em: 26 Fev 2019.

anos da colaboração de Rui no jornal *Correio do Povo*. Especialmente para a camiseta, foi adaptada uma modelagem do período, enfatizando o conceito de releitura.

As peças foram comercializadas pela Loja Pandorga, espaço destinado a criadores e pequenas marcas de moda, design e artes visuais em início de trajetória<sup>414</sup>. Ao se colocar ao lado dos jovens criadores, Rui acenou para a vanguarda e também para o público jovem. A série de imagens produzidas para o lançamento<sup>415</sup> dos produtos integrou passado e presente ao apresentar novas proposições a partir de peças conservadas no acervo de Rui. Tratou-se de uma maneira de dizer que, apesar da idade do costureiro, seu estilo permanência – e teria continuidade.

Apesar dos esforços, Rui Spohr encerrou definitivamente a produção de seu *prêt-à-porter* em 2017. No ano seguinte, encerrou também as atividades dos ateliês de roupas sob-medida. Mesmo sem ter nomeado um sucessor, as referências estilísticas de Rui seguiram sendo atualizadas sob o olhar de alunos das faculdades de moda.

O curso de Design de Moda da Uniritter, em Porto Alegre, estimula seus alunos a adotar uma marca local como referência para o desenvolvimento de seus projetos criativos, seguindo metodologias projetuais orientadas para a moda.<sup>416</sup>

Nesse contexto, em 2014, designer Melissa Assis buscou referências no acervo de Rui Spohr para realizar sua coleção da disciplina Projeto de Moda II. As peças fizeram parte do desfile DNA Sul, promovido pela universidade. (Figura 57)

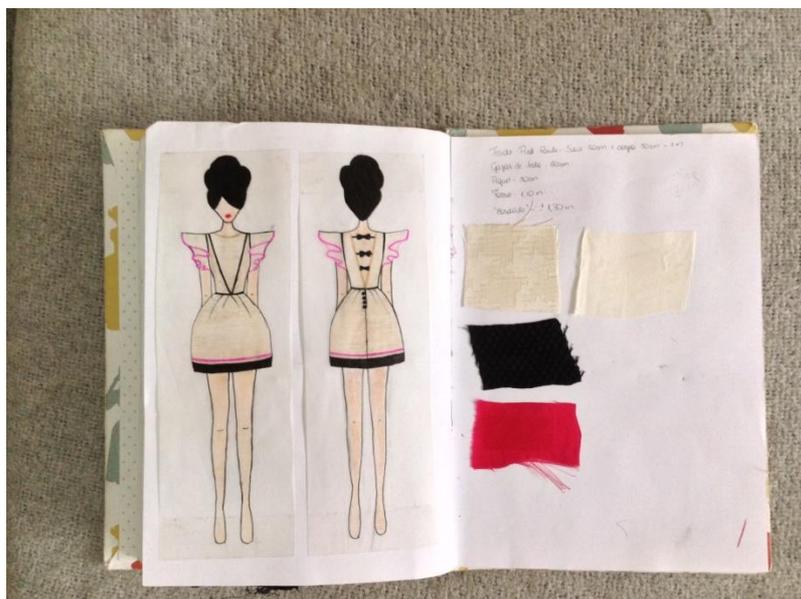
---

<sup>414</sup> Sobre a Loja Pandorga ver BORTHOLUZZI, Juliana. O consumo acelerado direcionando o sistema da moda: o cluster criativo Pandorga loja coletiva. In: *Anais do 5º Modadocumenta, Museu, memória e design*. São Paulo, 2015.

<sup>415</sup> O conjunto de iniciativas foi coordenado pelo publicitário Eduardo Vanoni. A Loja Pandorga ocupava dois endereços na cidade, uma na Rua Miguel Tostes- pouco distante da *maison* de Rui enquanto o segundo ponto ficava no Instituto Ling- centro cultural cujo edifício foi projetado pelo arquiteto Isay Weinfeld. A Pandorga encerrou suas atividades em dezembro de 2017.

<sup>416</sup> Este conjunto de metodologias fundamenta o ensino do Design de Moda atualmente e leva em consideração aspectos técnicos, mercadológicos e também criativos na produção de novos modelos. A pesquisa de imagens, composta por referências e tendências de moda, podendo misturar informações de arquivos e da imprensa, por exemplo, é fundamental na etapa criativa- que envolve um estudo de viabilidade dos modelos.

Figura 57 - Desenvolvimento de coleção inspirado em Rui. Melissa Assis, 2014.



Fonte: Arquivo pessoal Melissa Assis.

Em seu processo criativo, a designer buscou traços marcantes do estilo de Rui que, recombinaos às suas preferências estilísticas, resultaram em novos arranjos que congregavam o estilo de ambos. A vanguarda – aquela exercida pela juventude – encontrou a tradição para, juntas, criarem novas possibilidades. (Figura 58)

Figura 58 - Modelo de Melissa Assis, 2014.



Fonte: Arquivo pessoal Melissa Assis

#### 4.7 Um espaço para (outras) histórias

Além de espaço para consulta de designers de moda, o acervo de Rui passou a receber pesquisadores de diferentes áreas. Revelou, assim, não apenas as histórias inseridas em uma narrativa ligada à trajetória de Rui, mas também outras, que se organizam em torno de suas criações.

Essa possibilidade ficou evidente na pesquisa que originou a dissertação da antropóloga Aline Lopes Rochedo. Ela biografou um vestido criado por Rui, que pertenceu a Heloisa Pinto Ribeiro. O vestido, adquirido em 1971, foi usado novamente por Heloisa em seu aniversário de 80 anos, em 2011. Além disso, a peça foi indicada por Rui como representativa de seu trabalho para integrar a exposição Moda no MAB, realizada no Museu de Arte Brasileira da Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP-SP), em 2012. Rochedo, além de observar as mudanças de *status* do vestido, viu que ao ingressar um espaço museal ele teria encorajado Rui a reivindicar seu espaço como artista, potencializando disputas em torno do objeto.<sup>417</sup>

Apesar de não integrar o acervo, o vestido “da Heloisa”<sup>418</sup> é representativo de uma série de outras peças que, no contexto do acervo, remetem a suas usuárias ou possuem uma espécie de história própria. Nesse sentido, podem ser observados, por exemplo, o vestido “da Célia” ou ainda o vestido “da Madi”, ambos inventariados no acervo de Rui Spohr.

O vestido “da Célia” foi vestido pela jornalista Célia Ribeiro no início dos anos 1960. Chama mais atenção pelo seu material do que pelo seu desenho: é um modelo preto, estilo *fourreau*, feito com uma espécie de palha utilizada na confecção de chapéus. O material utilizado foi doado por uma cliente (fazia parte do antigo estoque

---

<sup>417</sup> ROCHEDO, Aline Lopes. Do croqui à academia: a biografia cultural de um vestido. Dissertação (Mestrado). PPG em Antropologia Social, UFRGS, 2015.

<sup>418</sup> Fato curioso, também abordado na pesquisa de Rochedo é que no acervo de Rui há outro modelo, feito à mesma época do vestido “da Heloisa”, feito com o mesmo material e semelhança estilística porém sua importância fica preterida uma vez que não foi vendido- ou seja, não teve uma usuária- e ainda não passou por todas as instâncias de consagração que o modelo biografado, em resumo: não teve uma vida social marcante.

de sua mãe, que era chapeleira<sup>419</sup>) e foi transformado em vestido. Em 2013 o modelo foi fotografado para uma edição especial do caderno feminino do jornal Zero Hora, o Donna, que homenageou Rui Spohr. Na legenda da imagem: “este vestido de gala tem sua originalidade no material: palha preta, usada para fazer chapéus. Rui ganhou de uma chapeleira que havia fechado sua produção”. Ou seja, além de levar a assinatura do Rui, a distinção de sua usuária e a raridade do material criaram novas camadas de valores e temporalidades ao modelo. (Figura 58)

*Figura 59 - Vestida usado por Célia Ribeiro, 2013.*



Fonte: Jornal Zero Hora

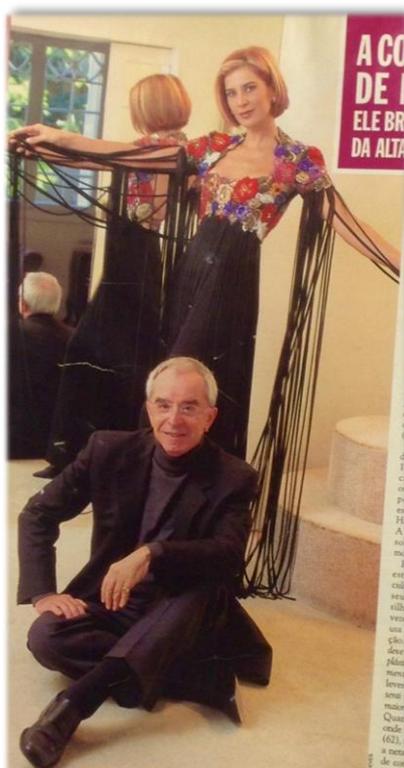
---

<sup>419</sup> Conforme Doris, a chapalaria dataria do final do século XIX, e funcionava em uma casa na Rua Fernando Machado, 513. Em 2011, a referida casa abrigou a Casa M, que integrava o circuito de atividades da 8ª Bienal do Mercosul. Os materiais importados ficaram guardados até que fossem reencontrados na década de 1960 e doados a Rui. Além do vestido, foram feitas saias e demais modelos porém apenas o vestido “da Célia” retornou ao acervo.

Já o vestido “da Madi” foi uma criação de Rui para o evento Agulhas da Alta Moda, no ano 2000. O evento idealizado por Jô Clemente, em benefício da APAE de São Paulo, reuniu mais de 50 costureiros de todo o Brasil. Do Rio Grande do Sul, Rui e Luciano Baron foram os representantes convidados. O modelo preto, com corpete colorido, bordado com uma técnica chamada “pintura de agulhas” chama a atenção pelo movimento de 143 roletês, que substituem mangas longas.

O vestido foi usado pela modelo Madeline Muller<sup>420</sup> (a Madi) no mesmo ano, em uma matéria à Revista Caras (Figura 60).

Figura 60 Rui Spohr e Madeleine Muller, 2000.



Fonte: Revista CARAS

<sup>420</sup> Madeleine Muller começou a desfilas para Rui aos 17 anos e diz que Rui foi o responsável pelo seu cabelo curto (estilo Louise Brooks). Em sua primeira apresentação, desfilou o vestido de noiva e diz que Muller tornou-se uma modelo conhecida no circuito local, chegando a ser selecionada para uma apresentação de Paco Rabbanne em Porto Alegre, no final dos anos 1990. Além da carreira de modelo, atua como produtora de moda e, recentemente, se dedica a área acadêmica, em estudos que versem sobre moda e sustentabilidade. Madeleine Muller é mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Fernando Pessoa e autora do livro “Admirável moda sustentável- vestindo um novo tempo” (2018).

À época, Muller disse sentir "que o vestido a escolheu", pois foi convidada a desfilá-lo em vários momentos de sua carreira e também da carreira de Rui:

Cada vez que eu entrava no vestido, eu era uma outra mulher. E parece que ele ia se transformando, acompanhando as minhas mudanças identitárias e sempre me representando de alguma forma. Aquele vestido tem uma vida própria. Eu me sentia parte dele e ele parte de mim também.

Assim como Peter Stallybrass – que, a partir do casaco do seu amigo, passa a refletir sobre como as roupas nos constituem como indivíduos –, o vestido “da Madi”, apesar de não lhe pertencer, acabou por carregar também memórias que se misturam à sua atuação como modelo: guarda uma espécie de história própria e oculta. Ao integrar o acervo, os registros dão conta especialmente da participação de Rui no evento. Apesar de o vestido ter sido vestido por outros modelos, como nas fotografias produzidas pelo fotógrafo Ricardo Lage para a revista *Bah*, a relação de Madi com o vestido ultrapassa esse espaço narrativo.

#### **4.8 Uma imagem mítica**

Em seu último romance, *Incidente em Antares* (1971), Érico Veríssimo conta como a pequena cidade imaginária do alto-Uruguai, afetada por uma greve geral – que incluía até mesmo os coveiros – fez com que sete defuntos, com seus funerais adiados, levantassem de seus caixões. Eles então tomam o coreto da praça central da cidade e de lá resolvem falar todas as verdades que sabem, incluindo crimes e autoridades corruptas.

Evocando o realismo mágico, o enredo – que se passa entre 1963 e 1970 – é marcado por forte tom político. Usando de ironia e crítica social, Veríssimo dá a entender que fez de Antares, uma cidade tão pequena que sequer constava nos mapas, um retrato da sociedade brasileira do período. Em um olhar minucioso, o escritor apresentou a boa sociedade antariense, que participava do Rotary e do Lions

Club, frequentava o Clube do Comércio e tinha suas elegantes listadas na coluna *Passarela*, do jornal *A Verdade*, escrita pelo cronista social Scorpio.

É Scorpio quem percebe, em meio ao banquete organizado para reestabelecer a reputação dos homens e mulheres atingidos pelas calúnias dos defuntos, que, na confusão entre convidados e estudantes (que gritavam “Abaixo a burguesia!”), “as damas da sociedade soltavam gritos de horror. Uma delas desmaiou. Outra teve rasgado um lindo vestido, modelo Ruy<sup>421</sup>, de Porto Alegre”.

Se Érico Veríssimo cria uma cidade imaginária e se utiliza da fantasia para através dela criticar a sociedade onde vive – e assim deixar sua marca, em forma de texto literário – Rui, com seus modelos reinterpretados ou inventados cria, com seus traços, a sua versão de uma cidade elegante. Não era capaz de precisar se ela realmente o era ou se era assim ele gostaria que fosse.

Retomando-se o conceito de Belting, para quem a imagem é o resultado de uma elucidação pessoal ou coletiva, tem-se que a relação de Rui com as imagens foi constante. Ao reordenar as imagens da moda internacional, buscou criar uma elegância possível para a Porto Alegre onde viveu e atuou. Ao mesmo tempo, as imagens que produziu, através da materialização de seus modelos, dão conta do tempo vivido. São capazes, ainda, de produzir novas imagens e novas histórias.

Ao mesmo tempo em que essas histórias e valores incorporam-se à assinatura de Rui, passam a conectá-lo cada vez mais com o passado, visto não como um lugar de tradição mas de referência. Antes mesmo de encerrar as atividades, as ações que visaram retomar momentos anteriores – que coincidem com o apogeu de sua carreira – acabaram por, de certa forma, excluir Rui das disputas do campo da moda. Passou a ocupar o lugar de referência, de mito.

Na construção de uma imagem de si, Rui gerenciou uma série de discursos. Até mesmo a sua aparência foi pensada – chegando a mostrar-se despido, apesar do trabalho constante com as roupas. Esta performance colaborou para o trabalho de

---

<sup>421</sup> A menção de Érico Verissimo a Rui rendeu ao segundo uma edição onde a página com a citação está marcada com um pequeno cartão, ilustrado com uma garatuja do próprio Verissimo: sua esposa Mafalda, era cliente do costureiro, ele costumava acompanhá-la durante as provas de roupas no atelier e, enquanto a esperava, contava histórias e fazia desenhos para Maria Paula- filha de Rui e Dóris.

enquadramento de sua memória, pois reordenou suas referências, atualizou fatos e incorporou a materialidade de suas criações. Ao organizar sua história em forma de narrativa e incorporar novas histórias, Rui ampliou os significados das próprias ações, ganhando força mítica. Foi o mesmo caminho percorrido por Gilda Marinho, de acordo com Benito Bisso Schimdt.

Os discursos cristalizam a imagem de Rui em relação à moda, ao seu papel de costureiro, aos seus desenhos no jornal, inserindo-o no imaginário – em um espaço social, mas também como representação.

Qual seria o papel de Rui no imaginário que construiu em torno de si?

Talvez uma imagem produzida durante a opereta *Viúva Alegre*, em 2018, apresentada no Teatro São Pedro, dê conta de explicar. No espetáculo, a obra cômica de Franz Léhar ganhou roupagem contemporânea. Antônio Rabadan, responsável pelo figurino, percebeu a coincidência da peça com o momento em que Rui encerrava sua carreira de maneira definitiva. Por isso, resolveu prestar uma espécie de homenagem na cena de abertura: a viúva, representada pela cantora Maíra Lautert, entrou em cena carregando uma sacola com a marca de Rui. A intenção de Rabadan foi dar a entender que o costureiro teria aberto sua *maison* em Paris.<sup>422</sup> (Figura 61 )

---

<sup>422</sup> Antonio Rabadan concedeu entrevista a respeito do figurino em janeiro de 2019.

Figura 61 - "A viúva alegre". Jean Pierre Krauze, 2017.



Fonte: Arquivo Pessoal Antônio Rabadan.

Para Walter Benjamin, o historiador deve se tornar um “trapeiro da memória”, deve agir de maneira a compreender que “o inconsciente do tempo vem até nós por meio de seus rastros e de seu trabalho. Os rastros são materiais: vestígios, restos da história, contrapontos e contrarritmos, ‘quedas’ ou ‘irrupções’, sintomas ou mal-estares, síncopes ou anacronismos na continuidade dos ‘fatos do passado’”.<sup>423</sup>

A moda como fenômeno que se faz a partir de imagens e delas se reinventa, num constante movimento, articula múltiplos tempos, reconfigura-se a cada novo desenho, a cada nova coleção, a cada imagem construída a partir de si mesma. Dessa forma, a imagem produzida pelo teatro funciona como uma síntese: a narrativa que Rui construiu para si prevaleceu e pode ser incorporada por outra linguagem, por outros tempos.

<sup>423</sup> BENAJUM, Walter. Op. cit. p.133

#### 4.9 O Instituto Rui Spohr

A constituição do acervo de Rui como um lugar de memória contém suas intenções de arquivar a própria vida, zeladas por Dóris. A não continuidade da marca fez com que a história de Rui desse visibilidade ao acerto, fosse se sobrepondo à sua força criativa. A patrimonialização do acervo faz parte de um conjunto de iniciativas que visa à consolidação do Instituto Rui Spohr, espaço de memória do estilista.

O lançamento do instituto acaba sendo acompanhado por uma série de iniciativas que visam a reforçar o papel de Rui no campo da moda. Entre elas, estão o título de Cidadão de Porto Alegre (2016), proposto pelo vereador Walter Nagelstein, e o recebimento da Medalha da 54ª Legislatura, promovida pela deputada Regina Becker Fortunati (2018). Ambos os eventos trataram Rui como “um ícone da moda gaúcha, pioneiro de um sonho de moda para milhares de mulheres” ou ainda “cujas criações são peças que não têm idade, não sucumbem aos modismos” – sempre retomando a trajetória de modo a reforçar, de maneira por vezes anedóticas, os discursos consolidados acerca de sua figura.

Em 2017, Rui passou a integrar a Academia Brasileira da Moda, em cerimônia no Rio de Janeiro. Durante o discurso, ao lado do professor João Braga e do estilista Luis de Freitas – também homenageados –, lembrou que “moda não se faz só no Rio em São Paulo”. Naquele palco, Rui firmou de maneira simbólica (e definitiva) seu um lugar na memória da moda nacional.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS - O PAPEL DE RUI SPOHR NA MODA BRASILEIRA

Durante o período de finalização desta pesquisa, Karl Lagerfeld faleceu. O costureiro alemão estava há 36 anos à frente da Chanel. O comunicado oficial da marca, divulgado nas redes sociais, reforçava o papel de Lagerfeld como reinventor dos clássicos de Gabrielle Chanel – o *tailleur*, o vestido preto, o sapato bicolor, as bolsas matelassadas, as pérolas. No papel de diretor criativo, acabou por fundir a própria história à da casa que se tornou lendária. A estratégia de marketing – intimamente ligada a um trabalho de enquadramento de memória – visava a retomar a imagem de Gabrielle Chanel como mulher à frente do tempo, inovadora, que se colocou no mundo e foi bem sucedida por meio da moda.

O trabalho de imagem acabou deixando para trás atitudes polêmicas de Chanel, em especial a colaboração com os nazistas no período da Ocupação alemã. Ainda reforça uma biografia por ela inventada, uma vez que buscou apagar indícios da origem humilde e da criação em um orfanato. Ao reinventar Chanel – e corroborar com uma imagem que a costureira já havia criado para si –, Lagerfeld acabou por se reinventar também. Expressões como “gênio”, “à frente de seu tempo” e “intuição excepcional” pontuaram o comunicado oficial da marca, dando início a um trabalho de enquadramento da memória do sucessor de Chanel. Assim como aconteceu com sua sucessora, declarações polêmicas de Lagerfeld, ou mesmo a sua atuação frente a outras marcas de moda, foram deixadas de lado.

Quem vai suceder o sucessor? Essa seria a pergunta da vez, de acordo com o raciocínio de Pierre Bourdieu em relação às dinâmicas do campo da alta-costura francesa. Mas, de fato, a morte do sucessor de Chanel simbolizou mais do que isso: marcou o fim de um tempo.

Tempo que foi também o tempo de Rui: o das grandes casas, dos nomes-referência, de uma moda feita de regras e imperativos. Na construção de uma imagem de si, Rui dimensionou a moda como fenômeno global. A iniciativa de ter uma coluna em um jornal na recém-emancipada cidade de Novo Hamburgo – que progredia com sua indústria calçadista –, ou de lá apresentar um desfile inspirado no cinema

demonstram a abrangência da moda internacional de outrora, assim como a necessidade de dominar e seguir modos conformados a um discurso de civilidade.

A formação em Paris, onde teve contato *in loco* com as novidades da moda e seus nomes, além de ser tratada sempre com ar romanceado nos discursos de Rui, tornou-se um elemento narrativo determinante na história que criou para si. Quando se estabeleceu definitivamente em Porto Alegre, tais marcos serviram como estratégia para sua inserção no mercado local. A cidade que escolheu para viver, nos anos 1950, acabava por representar a transição do rural para o urbano – não à toa, foi o momento da criação do Movimento Tradicionalista. As influências estrangeiras organizavam uma visualidade relacionada ao espaço urbano, que se refletia na aparência de seus habitantes e na forma como se relacionam com a moda.

O misto de comunicador, chapeleiro e costureiro pautou a atuação profissional de Rui, que extrapolou os limites locais. Construiu sua imagem e também ajudou a consolidar sessenta anos de uma carreira que acabou chegando ao fim um sucessor, mas com a constituição de um acervo – que inscreve sua trajetória de vida em um outro do tempo, o da memória onde as falas míticas se articulam.

A partir dessas considerações, serão retomados os objetivos desta pesquisa para que se possa compreender o lugar de Rui Spohr na história da moda do Brasil. Essa compreensão, de certo, não é definitiva, já que é fruto de escolhas teóricas e metodológicas que acabam por conter limitações e silêncios. Ela promove, ainda, uma abertura a novas possibilidades e abordagens.

#### *O costureiro que escreve para o jornal: um formador de opinião*

Ao aproximar as metodologias adotadas por Alessandra Vaccari, que considera os discursos dos designers de moda como fonte de pesquisa, às de Benito Bisso Schmidt, que verifica o trabalho de enquadramento da memória, foi possível compreender que a narrativa de Rui Spohr, construída para dar conta da própria vida, é feita de marcos e fatos que, inseridos no campo da moda, respondem a uma demanda simbólica. As ideias de Pierre Bourdieu, no que tange à definição de campo, e suas análises relativas ao campo da moda, também acabam perpassando essa pesquisa.

O campo da moda é feito de disputas que dizem respeito não apenas à imagem (ou reputação) dos costureiros e profissionais da moda – seus principais agentes. O discurso, que celebra determinado gosto ou estilo, acaba sendo estendido a seus usuários. Ou seja, a moda como um produto está inserida em um mercado, mas dialoga com seus consumidores – que compartilham gostos, estilos, valores e crenças, adotando-os como forma de também produzir discursos acerca de si mesmos.

A disputa entre *droite* e *gauche* sugerida por Bourdieu, além de representar a tradição e a vanguarda – com seus dominantes e recém-chegados – reforça a ideia de novidade conectada à juventude. E, assim, ganha força a ideia da moda que, sempre jovem, procura a morte para se renovar, como na opereta de Giacomo Leopardi. Diz a moda à morte: “eu, que anulo e transtorno continuamente todos os hábitos, jamais permiti que se extinguísse a prática de morrer e, por isso, podes ver que tal uso dura universalmente até hoje desde o começo do mundo”.

A juventude e o conhecimento desses códigos da moda, que se transformam com velocidade, são os trunfos de Rui no início de sua carreira. Em sua narrativa, reforça a ousadia de fazer um desfile em Novo Hamburgo, a disposição em estudar moda em Paris – vivendo em um pequeno quarto de *5<sup>ème</sup> étage, sans ascenseur* no *quartier Latin* – a ideia de ser um jovem bonito e que falava francês e, por isso, logo foi aceito quando se instalou em Porto Alegre de maneira definitiva.

A juventude associa-se ao “recém-chegado de Paris” e ajuda a cristalizar a imagem da antagonista, em um cenário de onde se sai vencedor. Mary Steigleder simbolizou um campo de disputa e se fez necessária como imagem de algo a ser superado, substituído pelo novo.

A novidade proposta por Rui, no entanto, guarda apenas as rebeldias aceitas: de maneira geral, vai de encontro a valores e preceitos morais da época, quando a moda era utilizada para reforçar uma ideia de elegância ligada aos papéis esperados das mulheres – o de mãe e esposa, majoritariamente. Mesmo que esta não fosse a visão pessoal de Rui, foi ela que acabou sendo reforçada em seus discursos.

Dessa forma, suas primeiras inserções no jornal servem como uma forma de publicidade, especialmente quando Rui dá início a sua trajetória profissional em Porto Alegre. Os textos produzidos para o jornal *A Hora* são também espaço de

experimentação. Rui circula pelos ambientes sociais, expressa suas impressões, reconhece modelos e, ainda, cria versões e modelos através de seus desenhos.

Apesar do hiato entre o jornal *A Hora* e suas colunas para o jornal *Correio do Povo*, na segunda metade dos anos 1990, as atuações acabam se sobrepondo. Rui nunca deixou de ser um comunicador no universo da moda. Apesar de não terem sido abordados aqui, em programas de televisão e no rádio ele tratou de temas e assuntos que mostravam, mais uma vez, o discurso que acabou sendo por ele incorporado.

O retorno de Rui ao jornal, no momento em que vivia seu apogeu profissional, mostrou a ele que os tempos haviam mudado – assim como os discursos que associavam moda, civilidade e etiqueta. Não era mais o jovem, bonito que falava francês e que buscava ensinar as mulheres a usar joias (ou como se vestir para o teatro ou jantar), mas o Rui sexagenário, com quatro décadas de atuação. A carreira consolidada, assim como o longo período de permanência da coluna (sua última edição data de 2017), acabaram por transformar Rui em uma espécie de formador de opinião.

A organização dos textos acabou por seguir, especialmente nos primeiros anos (que foram aqui analisados), os moldes dos manuais de estilo. De certa forma, o tom de “pode ou não pode” retomava os valores na moda dos anos 1950, com seus imperativos e modelos. Ao se adaptar aos ares do tempo, Rui passou a expressar julgamentos pessoais e, por vezes, rechaçar as novidades da juventude. Suas iniciativas ousadas, como posar nu para celebrar a carreira, falam muito mais sobre as suas visões do que a sociedade onde estava inserido.

Em tempos que se sobrepõem ao longo da carreira, Rui consolida-se ainda como um nome restrito às elites. Mesmo que se volte ao *prêt-à-porter*, mantém a imagem de “para poucos”, comum às marcas de luxo. Tal fato se torna um problema no momento de abertura da economia, quando o “*made in china*” invade Nova York e – consequentemente – Porto Alegre.

O desenho veiculado no jornal, o fazer “à moda antiga” – como em Paris, onde viveu e aprendeu – consolidam a imagem ligada à tradição, assim como seus modelos seguem sendo recorrentes em eventos e participações sociais determinantes às mulheres e seus papéis, como bailes de debutante e casamento. Mesmo as mulheres

em posições sociais de destaque recorrem a Rui, como marca. Era uma forma de se alinhar ao clássico, porém contemporâneo: estar a par das novidades da moda e poder transmiti-las foi algo que Rui parece sempre ter perseguido.

Ao longo da pesquisa, é possível perceber que, apesar de influenciado por Yves Saint-Laurent e suas rebeldias aceitas, Rui forjou uma vanguarda. Acabou renovando-se *à droite*. Ou seja, na disputa com Mary Steigleder (mesmo que lembrada como a de um jovem chapeleiro/costureiro *versus* uma madame), é ele quem consegue melhor seguir a moda internacional (e francesa) com autoridade, respeitando o (bom) gosto vigente de acordo com a moral e os bons costumes. Ao se retomar o episódio do vestido de Elis Regina, fica a dúvida se a escolha por Dener foi puramente estética ou se a imagem excêntrica do costureiro paraense combinava mais com a da cantora “Pimentinha”.

O Rui formador de opinião, especialmente no período analisado, utiliza-se do universo da moda para falar de gostos e de cores, mas também da sociedade – e da cidade. Ler as colunas de Rui é compreender as suas visões de moda e conhecer o circuito social que noticia e veste com seus vestidos. Dinâmicas pontuais que envolvem eventos culturais, dicas de filmes e livros, noções de etiqueta, este ou aquele modismo, bem como sua vontade de seguir impondo a moda internacional como modelo, acabam sendo refletidos. O lugar de Rui no jornal promove sua imagem, assim como legitima quem veste seus modelos.

### *O costureiro gaúcho*

Ao buscar promover seus fios sintéticos aliando a moda nacional à qualidade internacional, a Rhodia acabou por dar visibilidade aos costureiros brasileiros, muitos deles com atuações regionais, como a de Rui. Aproximá-lo de Dener, lembrado como um grande nome da moda de seu tempo, ajudou a compreender aspirações e dificuldades próprias do campo.

Os discursos de Dener, que teve sua autobiografia atualizada pela biografia escrita por Carlos Doria, acabou por corroborar uma imagem excêntrica, um carreira cheia de acasos quase inacreditáveis – assim como o seu *vedetismo*. A retomada da narrativa, reforçando o trabalho de enquadramento de Dener, sem a devida análise

crítica, acaba deixando para trás a veracidade de fatos decisivos em sua trajetória, assim como não elucidam sua relação com as clientes, alguns fatos de seu passado e sua atuação ao fim da vida. Fica a imagem de costureiro estela, permeada por silêncios.

Foram tratados pontos que parecem pautar ambas as trajetórias: a vontade de estar em acordo com a moda francesa, a moda vista como um espaço feminino e a construção de uma imagem que dialogue com a vanguarda – apesar de, na maioria das vezes, atenderem a uma clientela bastante *à droite*.

A inserção no cenário nacional fez com que Rui se tornasse "o costureiro gaúcho", uma nova camada simbólica a recobrir a imagem que então construía de si. Ao associar-se a uma ideia de nacionalidade fria – a que o músico Vitor Ramil chama de estética do frio –, assim como à imagem do gaúcho com suas características limítrofes, Rui insere-se na cultura nacional, afeita de pluralidades e diferenças.

O termo "gaúcho", associado ao passado e à tradição, ao mesmo tempo em que localiza Rui em relação ao cenário nacional reforça sua atuação local. Ao longo da carreira, a ideia de Rui como um costureiro de destaque no país se fez pela imprensa, que sempre buscou ligá-lo a Porto Alegre. Rui não chegou a atender uma clientela externa. Vestiu a então primeira-dama Scylla Médici porque já era sua cliente, assim como Yeda Maria Vargas, a Miss Brasil 1963, também gaúcha.

Essas inserções na imprensa ao longo da carreira, assim como a participação em eventos, fizeram com que "gaúcho" se tornasse também um valor ao público que já o conhecia. O Rui, costureiro gaúcho, "é daqui". Sua visibilidade associada à formação em Paris, constantemente retomada, o transformou em um "daqui" cosmopolita: um regional que é global.

Exemplo disso são os desfiles, eventos caros a Rui desde que demonstrou interesse em trabalhar com moda – ainda em Novo Hamburgo. A vontade de reproduzir localmente o que via no cinema (ou em Paris) refletia-se na busca por manequins, a quem teria ensinado poses e passos, tal qual se fazia na França. Apesar de não terem sido alvo de uma análise detalhada, mostram tal intenção nas fotografias dos modelos que, seguiam a composição vista nas revistas de moda.

Os grandes desfiles de caráter beneficente promovidos nos anos 1990 funcionaram como uma espécie de show, voltados para a sua criatividade – sendo comparados a apresentações consagradas do circuito internacional. Os desfiles-show, como o apoiado por Neuza Canabarro, então primeira-dama e Secretária de Educação do Estado, acabavam por lembrar a narrativa dos eventos explorados por Robert Altmann em seu filme *Prêt-à-porter*, de 1997.

Não se trata de querer demonstrar certa intuição excepcional de Rui, mas, sim, de colocá-lo em acordo direto com o campo da moda onde atuava, com suas influências. O Rui, costureiro gaúcho, inserido em Porto Alegre, usava as influências regionais como forma de demonstrar seu cosmopolitismo. Reforçou, ao longo de toda a trajetória, sua capacidade de fazer moda local com características internacionais.

### *O chapeleiro*

Ao longo da trajetória de Rui, os chapéus parecem funcionar como uma espécie de metáfora. Alvo de sua atenção, o acessório, combinado a bolsas e luvas, ainda nas páginas da *Gazeta de Novo Hamburgo* era objeto de dedicação profissional. São os chapéus que o levaram a ser estagiário de Jean Barthelet ou, ainda procurar Jacques Fath em Paris. E marcaram seu duelo de agulhas com a Mary Steigleder (ou a Madame Cuja Dita), que se estendeu à jornalista Gilda Marinho – que, na percepção de Rui, seria tão influente a ponto de determinar o fim do uso dos chapéus em Porto Alegre.

Mesmo depois de já dedicado à costura, com seus *toiles* e demais regras da alta-costura francesa, os chapéus nunca deixaram de ser um objeto presente. Aparecem nas fotorreportagens que apresentam Rui à imprensa nacional; também acabam vestidos por ele próprio (vide reportagem na *Vogue*, citada no capítulo 3).

Nos anos 1990, por vezes, os chapéus pontuaram as páginas do *Correio do Povo*, como sugestão de acessório para casamentos diurnos e também para serem vestidos pelas noivas, de saia e *pull*. Representavam despojamento ao final do desfile que aconteceu na Secretaria de Educação, em 1993 (conforme também citado no terceiro capítulo).

A permanência do chapéu pode ser compreendida como forma de rememorar seus anos na França e de marcar o sucesso de uma carreira longa. Mas,

especialmente no seu apogeu profissional, parecem indicar a iminência de um novo tempo, onde a moda se transformaria rapidamente.

Como símbolo imperativo de certas situações sociais, o chapéu ficou definitivamente de lado. Também a moda, inserida em um contexto global, deixou de ser impositiva. Tornou-se mais abrangente.

Neste sentido, ao aproximar Rui de Ocimar Versolato, é possível perceber o momento em que a visão focada no “lá fora” começou a ganhar resistência. Brasilidade não era apenas uma palavra da moda, mas um conceito que representava um novo mercado consumidor – com novas aspirações e influências. O estilo passava a estar em meio às informações, cada vez mais velozes, que chegavam pela internet.

A aceleração da informação foi também a aceleração da moda, que Rui parece não ter tido forças para acompanhar. Ao buscar consolidar uma ideia de atemporalidade, além da ideia de permanência – que sobrevive à efemeridade – ou do amor da moda à morte, como sugere Leopardi, tornou a sua forma de produção cada vez mais rara.

A roupa sob-medida, com o desenho feito pelo costureiro, moldado sob o corpo, com inúmeras provas, passa a ser uma experiência luxuosa, distintiva: para poucos.

#### *Lugar das memórias e dos afetos*

Ao arquivar a própria vida, como sugere Phillipe Artières, Rui deixa claro um pensamento ligado a sua posteridade – ou à possibilidade de se tornar reconhecido. Isso faz parte do trabalho de enquadramento de sua memória. Apesar de Doris ser considerada a guardiã da memória de Rui, muitas das fontes aqui analisadas são frutos de um esforço de guarda dele próprio. Os primeiros desenhos, os recortes do jornal *Gazeta de Novo Hamburgo*, do jornal *A Hora* já estavam conservados antes da esposa.

Ao se dedicar ao acervo, além de arquivar a memória do marido, Doris criou também um espaço para si. Depois de atender ao modelo esperado na época – mãe e esposa –, encontrou no casamento também um espaço de atuação profissional. O sucesso de Rui, portanto, também é o sucesso de Doris. Ao assumir o papel de gestora da marca, em 1990, encarregou-se da burocracia para deixar o marido livre para criar.

A imagem de mulher do trabalho, executiva, acabou sendo mais um papel incorporado por Doris ao longo das transformações do tempo.

O acervo como lugar de memória reforçou a narrativa condensada na autobiografia de Rui, uma vez que os guardados do acervo são retomados quando da escrita do livro. Por a autobiografia ser uma seleção de fatos, ordenados de maneira a dar sentido a uma história de vida, o acervo faz parte de um processo seletivo.

Ao dar conta da história de Rui, o acervo acaba por reunir documentos e objetos que ultrapassam sua trajetória. A diversidade das coleções contidas no espaço também se relacionam à atuação de outros profissionais, que colaboraram com Rui. A organização dos desfiles, através de seus registros detalhados, termina por listar todo um conjunto de empresas e profissionais locais: dos fornecedores de tecidos e materiais até agências de modelos ou empresas de cosméticos. A moda é um trabalho coletivo, resultado de um trabalho feito por várias mãos – que acaba guardado nos arquivos.

Especialmente as roupas conservadas, por vezes, revelam processos de costura ou incluem técnicas de bordados que caíram em desuso – e, por isso, foram esquecidas. Já não há quem as faça. Ainda, a composição dos tecidos e a relação de fornecedores dimensionam as transformações da indústria da moda. Materiais como linho, seda e lã, por exemplo, que contavam com fornecedores nacionais, com a abertura econômica passaram a ser importados. As tecelagens fecharam.

Há de se considerar ainda que existe uma espécie de dimensão afetiva no acervo, ou em relação a ele. Apesar do papel de formador de opinião que acompanhava sua atuação no jornal, Rui e Doris sempre foram muito próximos das clientes. Como grande parte da produção foi voltada às roupas sob-medida – com destaque a eventos como bailes de debutantes e casamento – o trabalho acabou sendo associado a momentos especiais, que necessitavam de uma roupa à altura.

O desenho, a escolha do tecido e as provas fazem parte também do ritual dos eventos que, para as mulheres, eram – ou ainda são – marcos que sinalizavam a passagem para a vida adulta, ou ainda a incorporação de valores e papéis associados ao casamento. Mesmo os modelos feitos para serem usados inúmeras vezes

incorporam o ritual do fazer da roupa, a relação com Rui. Todo o seu capital simbólico estava na assinatura.

As memórias do acervo não são apenas de Rui, mas se relacionam a ele. Os objetos e documentos guardados não estão encerrados, oferecem uma abertura: podem se tornar pontos de partida para investigações traçadas a partir do vestir. A moda, seus personagens e dinâmicas atuam como um reflexo do tempo.

#### *Ainda outros (novos) tempos*

Retomando-se a passagem de Karl Lagerfeld, é possível dizer que a história da moda, de certa forma, é uma história dos vencedores. Como sucessor de Gabrielle Chanel, ele não apenas renovou seu estilo, mas manteve viva a memória e atualizou a imagem que ela criou para si. Ao final, a imagem de Lagerfeld também se tornou a imagem da Chanel, como marca de moda, criando uma relação de interdependência.

Se, após a morte da costureira, a empresa que levou seu nome tivesse fechado, não é possível afirmar que seus clássicos, como as pérolas e o sapato bicolor, ainda seriam códigos relacionados a ela. Como a imagem do criador acaba incorporada por seus produtos, assim chegando aos seus usuários, também a história da moda acaba sendo feita de enquadramentos. Determinado nome acaba sendo associado a determinado estilo, sempre de maneira elogiosa, beirando a fala mítica. Foi assim com Christian Dior e Yves Saint-Laurent. Fica no ar uma expectativa sobre Karl Lagerfeld, porque sua notoriedade foi conquistada em marcas que não levavam o seu nome.

No caso da moda feita no Brasil, Rui representa um caso raro em função de sua atuação longa. Dener acabou falecendo, Ocimar Versolato encerrou as atividades e os designers da nova geração, como Alexandre Herchcovitch, acabaram vendendo suas marcas para conglomerados financeiros, perdendo o uso de seus próprios nomes. Seguiram como marcas, mas precisaram se reinventar como criadores.

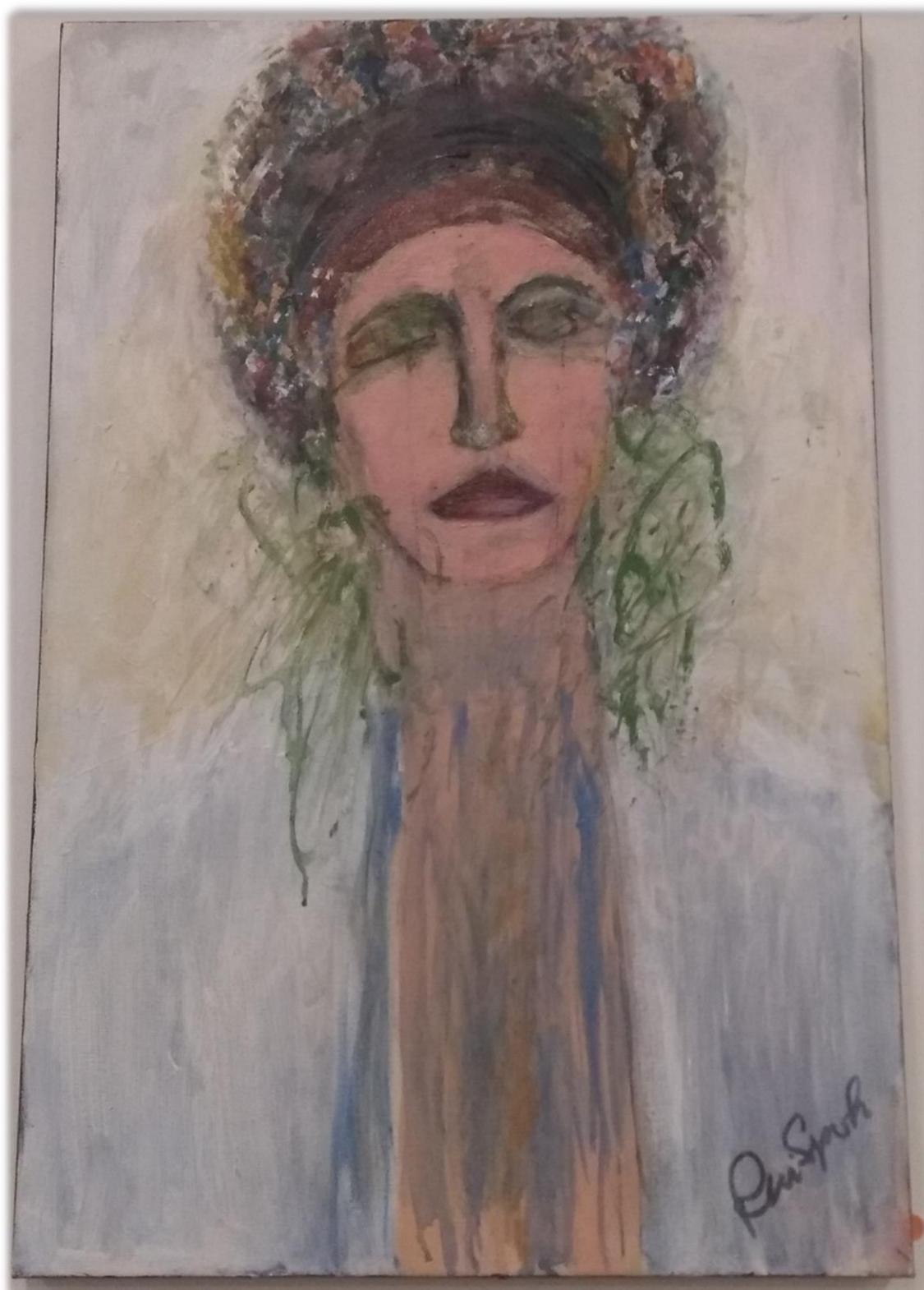
O lugar de Rui, dessa forma, é de quem encontrou na moda um ambiente de expressão, trabalho e sentido. Sua postura de mediador, colocado entre a moda nacional e internacional, produzindo para uma clientela local, fala sobre as adaptações que a moda feita no Brasil passou até que fosse, enfim, percebida como brasileira.

Rui não saiu de cena. Mesmo ao encerrar a carreira, acabou por transformá-la. A ideia da criação de um instituto, feito a partir de seu acervo, veio acompanhada de uma série de eventos e homenagens – como os reconhecimentos em instâncias legislativas – e discursos que reforçaram os aspectos elogiosos de sua carreira. Por vezes, retomando fatos, atualizou outros. A construção de uma fala mítica acerca de Rui foi acentuada por sua presença, ora participando desses eventos, ora concedendo entrevistas, sempre aceitando de bom grado as homenagens com tantos adjetivos.

Ao longo dessa pesquisa, o ponto de partida foi a autobiografia de Rui, assim como os seus discursos autobiográficos. Foi possível perceber que, ao construir uma narrativa em torno de si e para si, Rui também construiu uma imagem de si mesmo, com a qual constantemente dialogou. De certa forma, essa escolha privilegiou o lugar de fala de Rui para então expandir-se.

Não foram abordadas, por exemplo, a sua relação com os demais funcionários da empresa, o que constitui uma hierarquia à parte – apesar de muitos deles terem sido ouvidos. Também não foram abordadas suas declarações ou atitudes polêmicas, como o fato de veicular um anúncio selecionando um mordomo negro para a sua então recém-inaugurada loja, nos anos 1970. Ou, ainda, suas inserções na moda masculina, como figurinista de teatro e, especialmente, suas relações com as artes plásticas. Existe ainda uma questão relacionada a autoria dos desenhos feitos por o *Correio do Povo* a partir dos anos 2000- quando a coluna mudou de formato e Rui passou a ser assessorado para a tarefa.

No processo de transformação da carreira, quando do encerramento de suas atividades com a moda, Rui promoveu uma exposição de seus quadros no endereço que deverá abrigar o seu instituto. Misturados a objetos que lembravam a relação de Rui com a moda, os quadros, muitas vezes, representavam croquis ou manequins – com poses e chapéus. Chamou a atenção um quadro que levava a assinatura “Rui Spohr”. Não era mais Flávio Spohr, nem Ruy, nem Rui. Era a persona, incorporada de uma vez por todas, recoberta de todos os tempos vividos.



Óleo sobre tela, Rui Spohr, 2018.

## EPÍLOGO

(Ou breve relato de uma pesquisa sobre história da moda no Brasil)

Observar a moda e suas dinâmicas requer um olhar que vá além das fronteiras do visível. É que a construção das aparências, dos gestos à materialidade, acontece como uma consequência de crenças e valores que perpassam a sociedade e o tempo. Esta foi a minha escolha: observar a moda.

Minha formação prática, voltada à criação de moda, logo me levou a pensar a moda de maneira acadêmica. De certa forma, meu perfil acaba se assemelhando bastante ao de uma geração de pesquisadores que buscou a moda no ensino superior. Ingressei no curso de Moda e Estilo, na Universidade de Caxias do Sul, no ano 2000, período de efervescência das semanas de moda (os colegas que conseguiam convites para a São Paulo Fashion Week eram invejados...) e também do boom dos cursos, que passavam a ser ofertados de norte a sul do país.

Fiz especialização em Cultura de Moda, curso pioneiro à época, oferecido em modalidade de ensino a distância pela Universidade Anhembi Morumbi. Dessa forma, tive contato com os pesquisadores que estavam formando o campo acadêmico no Brasil: Kathia Castilhos, Carol Garcia, Rosane Preciosa, Doroteya Pires e outros tantos cujos estudos tornaram-se referência.

Tudo mudou – ou ganhou nova dimensão – durante o período de estudos que realizei na França. Além de ter tido a possibilidade de estagiar em um museu de moda (o Museu Galliera, cujo Departamento de Acessórios estava sob os cuidados de Fabienne Falluel), pude compreender a moda sob uma perspectiva material e simbólica – ou que era possível compreender do mundo através da vida social dos objetos. Foi lá que, de certa forma, esta pesquisa começou a se delinear.

Durante o curso (um Master 2 em Mode et Création, organizado pela Université de la Mode/Lyon 2), houve uma visita ao ateliê Lesage, responsável pelos bordados de Chanel, Dior e todos os demais da alta-costura francesa. Naquele espaço, que é a própria tradução do que os franceses chamam de savoir-faire, lembrei do ateliê do Rui, das costureiras de jaleco branco, da Dona Luiza – a sua première, ou costureira-chefe,

a responsável – muito séria, porém feliz em “fazer coisas bonitas”. Ao voltar ao Brasil, decidi retornar à casa elegante da Rua Miguel Tostes.

Foi então que ingressei no Mestrado em Processos e Manifestações Culturais, na Universidade Feevale, disposta a saber mais sobre a trajetória de Rui e, assim, também compreender as dinâmicas sociais na cidade onde vivo, Porto Alegre.

É preciso dizer que, apesar da entrada da moda no campo acadêmico no Brasil, em todas as suas instâncias – com eventos, publicações e *tout ce qu’il faut* –, estudar moda ainda não é tarefa fácil. Trata-se de um objeto múltiplo e que, portanto, permite abordagens distintas e geralmente divididas entre o material e o simbólico.

Moda como roupa pode ser encarada como um objeto banal, que serve ao corpo e que, por carregar suas marcas, odores, “energias”, pode ser vista com um objeto impuro (como sugere Mary Douglas). Por outro lado, o sentido simbólico tende a ser encarado em uma perspectiva de luta de classes, centrada no consumo, no “ter” e no “não ter”. Trata-se da moda usada para construir uma espécie de léxico que agrupa afinidades e delimita diferenças, e assim fazer parte do jogo social do cotidiano onde cada um busca e demonstra seu lugar no mundo. A moda fica entre a utilidade e a fantasia.

Por isso, quis encontrar uma abordagem que se voltasse ao fazer moda. Assim, poderia percorrer várias instâncias de pensamento, de maneira interdisciplinar, o que faria jus à minha formação. Nesse sentido, as pesquisas da professora italiana Alessandra Vaccari foram úteis: ela pensa na visão dos designers de moda, o que corresponde também a algo verificado no campo acadêmico brasileiro e em sua busca por construir uma historiografia.

Percebi que, nos últimos anos, passou a existir um maior interesse na abordagem de nomes nacionais, seus feitos e locais de atuação. Como exemplo, cito o trabalho do professor Fausto Viana sobre Sophia Jobim (pioneira nos estudos de moda e indumentária no Brasil), da pesquisadora Carolina Casarin (que investiga as relações dos modernistas Oswald de Andrade e Tarsila do Amaral com a moda) ou ainda os estudos de Gabriela Ordones Penna (acerca do artista gráfico Alceu Penna).

A escolha de Rui não foi aleatória: meu contato com todo o seu universo se deu em 2003, quando havia concluído o curso de Tecnologia em Moda e Estilo na

Universidade de Caxias do Sul. Queria seguir adiante e morar em Porto Alegre – nasci em Santo Ângelo e minha família ainda vive no interior. Fui aceita como aprendiz no ateliê de costura. Foi um choque, confesso: em uma época de valorização dos processos industriais, da produção rápida e do tecnológico, as costureiras do Rui pareciam ter parado no tempo. Na sala muito clara, havia uma grande mesa de corte e outras mesas menores onde era realizado o trabalho manual. Poucas máquinas de costura. Praticamente todo o trabalho era feito à mão: risco leve de giz no tecido, pontos de alinhavo, bordados.

Tive pouco contato com Rui. Lembro de, certa vez, ter tido a permissão para espiar – praticamente escondida – a prova de um *toile* de vestido de noiva. Também soube que, no sótão da casa da Rua Miguel Tostes, havia uma espécie de acervo, onde se guardavam revistas e roupas. Mas, naquela época, meu contato com o espaço foi apenas uma breve visita.

Retornar à Miguel Tostes recém-chegada de Paris e interessada em fazer de Rui assunto da minha dissertação fez tudo ficar diferente. Mergulhei na história do “primeiro brasileiro a estudar moda em Paris”, que gostava de rememorar suas peripécias falando francês.

Gostaria de relatar aqui dois episódios marcantes deste trabalho, pois acredito que eles também ajudam a compreender a realidade da pesquisa sobre a história da moda – especialmente quando ela é centrada no fazer dos agentes do seu campo. O grande sótão da casa da Miguel Tostes passou a ser meu espaço de trabalho: tive livre acesso para abrir todas as pastas, caixas e demais guardados, cuidadosamente organizados e catalogados ao longo de 60 anos. Rui repetiu-me inúmeras vezes sua própria história, soube de alguns novos detalhes, mas, de maneira geral, a grande narrativa que criou para si era repetida de maneira ordenada, ressaltando os mesmos fatos e personagens. Passei a acompanhar Rui a inúmeros eventos. Protagonizamos palestras e bate-papos.

De certa forma, passei a ser tratada por Rui como uma espécie de biógrafa, sem nunca ter intencionado sê-lo. Essa proximidade, como sugere Benito Schimidt ao biografar Fabio Kfoury, rendeu uma relação “‘olho no olho’, na qual gestos e atitudes influenciavam o outro e vice-versa”. Rui não é um personagem “de papel”, mediado

por documentos em arquivos ou pela fala de terceiros, o que é comum entre historiadores.

Em meados de 2015, Doris me chamou para uma conversa: por questões financeiras, a casa da Miguel Tostes seria vendida, e a empresa passaria a ocupar um espaço menor, no prédio ao lado. Para ela, havia a necessidade de pensar em um projeto de sucessão, que pudesse dar conta de uma história de vida dedicada à moda. Era o embrião do Instituto Rui Spohr.

Para mim, havia a realidade de que uma trajetória de 60 anos estava chegando ao fim. Ao menos na dinâmica que até então se mantinha – havia a cliente, o desenho, o *toile*, as provas, a entrega da roupa cuidadosamente guardada em uma capa azul e a etiqueta preta, com o nome de “Rui” escrito em dourado e minuciosamente costurado à mão. As atividades acabaram se encerrando, de maneira definitiva, em 2018. Ao ver a casa vazia, pronta a para ser entregue, me dei conta que eu também já fazia parte daquela memória construída em torno de Rui Spohr, tanto quanto aquele espaço e seus habitantes faziam parte da minha memória. E onde há memória, há uma relação de afeto.

Por isso, optei por um afastamento. Ao cursar algumas disciplinas do Programa de Pós-Graduação da Escola de Belas Artes da UFRJ, acabei indo parar em outra casa, a “Casa da Zuzu”, que se tornou sede do Instituto Zuzu Angel. Hildegard Angel, a filha de Zuzu, tomou para si a missão de organizar um acervo que, a partir das criações de sua mãe, dessa conta da história recente da moda feita no Brasil. Além de modelos feitos por nomes nacionais, guarda também peças do guarda-roupa de Carmen Mayrik Veiga e Ibrahim Sued, por exemplo.

Mas, fato definitivo é que, ligado a Zuzu, o acervo é também um lugar de memória para Hildegard. Uma forma de atualizar a história da mãe e também a do irmão, ambas vítimas da ditadura – o que ajuda a dimensionar ainda um período da história recente do país.

E este é um ponto importante: os objetos da moda, mesmo quando vistos do ponto de vista da materialidade, sob uma ótica de “vida social” carregam – invariavelmente – memórias. E, muitas vezes, junto com essas memórias está todo

aquele arcabouço simbólico, quase feérico, das distinções, da imagem construída de si e para ou outro.

Entre a utilidade e a fantasia, a moda lembra um pouco aquela fábula infantil sobre a roupa nova do rei. A nudez do soberano, enganado sobre um certo precioso tecido invisível, acaba não sendo denunciada por seus súditos. Não pelo medo que têm de serem julgados como tolos, mas porque, todos querem, na verdade, é serem amigos do rei. Quero dizer com isso que, como nossa história da moda é recente – e se encontra inserida em uma (nova) cultura, onde as aparências passam a ser o centro de análise –, é difícil não se deixar envolver pelas memórias e suas fantasias, “comprar verdades” e, assim, passá-las adiante sem a devida reflexão crítica.

Não são apenas os nossos acervos que são feitos afetos. O colecionador, como sugere Walter Benjamin, tem algo ligado à emoção, aos fatos vividos. Acontece que, especialmente as coleções históricas privadas, ligadas a grandes marcas de moda, estão inseridas em uma lógica de *marketing*. O rememorar da moda ou seu processo de arquivismo serve para manter viva uma imagem de estilo, de valor simbólico, que irá acompanhar o lançamento de novos produtos – e seu sucesso imperativo em tempos de conglomerados financeiros. Não deixa de ser um trabalho de enquadramento da memória, conforme sugerido por Michel Pollak.

Outro ponto que quero lembrar foi quando, em 2017, fui convidada a falar sobre Rui na cerimônia em que ele foi empossado como membro da Academia Brasileira da Moda. A Academia, também iniciativa de Hildegard Angel, é mais um lugar de memória onde os profissionais são reconhecidos e rememorados por seus “grandes feitos”.

Ao escrever o discurso para a referida cerimônia, pude, ainda, dar-me conta do quanto também me tornei um agente no processo de enquadramento da memória de Rui. Naquele momento, coube a mim escolher as palavras, marcos e fatos de sua trajetória e organizá-los em narrativa. Ao longo dos últimos anos de pesquisa acadêmica, de certa forma, passei a ser considerada também como “aquela que estuda o Rui”, como se ele fosse “meu” objeto de pesquisa ou personagem. De fato, observar a história dele, com sua participação ativa, forjou-me como pesquisadora. A

história de Rui também ganha o meu olhar e esta pesquisa abre novas possibilidades para uma compreensão do fazer moda no Brasil.

Rui foi condecorado ao lado do professor João Braga, que encantou a plateia com um longo discurso de palavras começadas pela letra “p” – o “discurso do p” – e de Luiz de Freitas, o Mr. Wonderful, que criou modelos masculinos irreverentes e, ao que parece, vestiu Caetano Veloso e Freddie Mercury. Nesse dia, fiquei sabendo que Freitas gostaria de doar o seu acervo.

Ainda no meu período de estudos no Rio de Janeiro, fui convidada a fazer um levantamento sobre acervos e coleções de moda no país para uma iniciativa que faria parte de uma pesquisa para a Casa da Marquesa: Museu da Moda Brasileira. Entretanto, trabalho não foi adiante e os rumos do museu sofreram mudanças.

Porém, essa pesquisa ajudou a identificar inúmeros acervos particulares, como o de Rui, que estão em situação semelhante. Seus proprietários têm interesse em doá-los- ou vendê-los, já que os compreendem como valiosos, mas não encontram estrutura nos museus ou nas universidades para recebê-los. Apesar de percebida como patrimônio histórico, a moda e o vestuário no Brasil ainda carecem de políticas públicas e incentivos para que pesquisas possam ser levadas adiante.

Pesquisar em um acervo particular, mesmo que ainda organizado de maneira empírica, passa, portanto, a ser uma experiência privilegiada. Tais pesquisas acabam por reforçar a importância desses acervos e dar nova dimensão para a história da moda, vista pela atuação de seus designers ou por meio de uma compreensão da “vida social” dos objetos guardados.

Finalmente, quero dizer que ,ao escolher a História vista pelo viés da moda, assumi a posição sugerida por Walter Benjamin – para quem o historiador é um “trapeiro da memória”, que precisa compreender o inconsciente do tempo através de seus rastros materiais e anacronismos. O trapeiro me remete à figura que recolhe os pedaços de tecidos muito usados, quase restos. Durante muito tempo, o *Oyez mesdames, oyez! Vieux papiers, vieux chiffons, j’achète à bon prix!* do trapeiro ecoou entre os cris de Paris. Os trapos eram transformados em papel, que se transformava em jornal, em livros e até mesmo em cédulas de dinheiro.

Além de olhar atento, observar a moda requer disposição para ouvir suas histórias, perceber seus silêncios e, aos poucos, compreender que o que está posto no corpo vestido – ou mesmo despido – no jogo das aparências. A moda fala tanto por quem veste ou despe quanto por quem acha que apenas a vê.

## SÍNTESE CRONOLÓGICA

- 1929:** Nasce Flávio Spohr em 23 de novembro, na cidade de Novo Hamburgo.
- 1949:** Passa a assinar uma coluna sobre moda e elegância no jornal A Gazeta, de Novo Hamburgo. Organiza o primeiro desfile.
- 1952:** Parte para Paris, onde estuda moda.
- 1955:** Instala-se definitivamente em Porto Alegre, atuando como chapeleiro.
- 1956-1958:** Colabora com o jornal A Hora, de Porto Alegre, onde assina a coluna O que há de novo.
- 1961:** Casa-se com Doris Uhrl.
- 1962:** Integra o time de costureiros da Rhodia, criando modelos para as ações publicitárias da empresa. Sua última apresentação acontece em 1964.
- 1968:** Cria o vestido de noiva de Ieda Maria Vargas, Miss Universo 1963.
- 1971:** Assina o guarda-roupa da então primeira-dama Scylla Médici.
- 1977:** Instala-se no casarão da Rua Miguel Tostes.
- 1982:** Casa a filha Maria Paula e, pela primeira vez, veste duas gerações de noivas.
- 1995:** Comemora 40 anos de carreira com uma exposição fotográfica.
- 1996:** Passa a colaborar com uma coluna semanal no jornal Correio do Povo (espaço mantido até 2017)
- 1997:** Lança sua biografia Memórias alinhavadas, escrita em parceria com Beatriz Viegas-Faria.
- 2011:** Integra a exposição Moda no Brasil: criadores contemporâneos e memórias, promovida pela FAAP.
- 2015:** Lança o livro Moda para colorir, acompanhado de uma coleção cápsula.
- 2016:** Recebe o título de Cidadão Honorário de Porto Alegre.
- 2017:** Entra para a Academia Brasileira da Moda.
- 2018:** Encerra definitivamente as atividades comerciais, com o fechamento de sua loja.
- 2019:** Morre no dia 30 de abril, em Porto Alegre.

## REFERENCIAS

- ABREU, Dener Pamplona. *Dener - o luxo*. São Paulo: Ed. Cosac Naify, 2007.
- ANDRADE, Rita. Indumentária em museus brasileiros: uma questão pública? In: MERLO, Marcia. *Memórias e Museus*. São Paulo. Ed. Estação das Letras e cores, 2015.
- ANGEL, Hildegard. *Zuzu Angel: a primeira a chutar a bola da brasilidade!* Disponível em: < <http://www.hildeangel.com.br/zuzu-angel-a-primeira-a-chutar-a-bola-da-brasilidade/> >. Acesso em out. 2018.
- ARTIÉRES, Philippe. Arquivar a própria vida. *Revista Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, v. 11, n. 21, p. 9 – 34, jul. 1998. ISSN 2178 – 1494. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2061/1200>>. Acesso em: 19 Fev. 2019.
- BARROS, Fernando. *O Homem Casual, a roupa do novo século*. São Paulo, Ed. Mandarim, 1998.
- BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (org.) *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.
- BAUDOT, François. *Moda do século*. Trad. Maria Thereza de Rezende Costa. São Paulo: Ed. Cosacnaify, 2002
- BELFATTI, Carlo Marco. *Histoire culturelle de la mode*. Paris. IFM/Editions du Régard, 2014.
- BELTING, Hans. *Pour une anthropologie des images*. Trad. Jean Torrent. Paris: Ed. Gallimard, 2009.
- BENAIM, Laurence. *Yves Saint-Laurent, uma biografia*. Trad. Joana Angélica D'Avila Melo. São Paulo. Ed. Siciliano, 1994.
- BENJAMIN, Walter. O narrador. In: BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas, magia e técnica, arte e política*. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. Ed. Brasiliense, São Paulo, 2011.
- \_\_\_\_\_. Sobre o conceito de História. In: BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas, magia e técnica, arte e política*. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. Ed. Brasiliense, São Paulo, 2011.
- BERGAMO, Alexandre. Elegância e atitude: diferenças sociais e de gênero no mundo da moda. *Cadernos Pagu*. Campinas, n. 22, p. 83-113, Jun. 2004. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-83332004000100005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332004000100005&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 25 Fev. 2019.

\_\_\_\_\_. O campo da moda. *Revista de Antropologia*. v.41, n.2, 1998. p.137-184.

BERTOLUCI, Mariana. Eterno Gigante. *Revista Ba*, n.19 nov/dez, 2016.

BONADIO, Maria Claudia. A moda no MASP de Pietro Maria Bardi (1947-1987). *Anais do Museu Paulista*, v.22n.2 jul/dez, 2014.p.35-70.

\_\_\_\_\_. Algumas anotações ( e questões) sobre Gilda de Mello e Souza e a moda como objeto de estudo. *Revista Prâksis*, Feevale, v.1, 2017, p.5-20.

\_\_\_\_\_. As roupas do costureiro, ou Dener Pamplona de Abreu e as representações de si. In: BONADIO, Maria Claudia. SIMILI, Ivana.(org). *Histórias do vestir masculino, narrativas de moda, beleza e elegância*. Maringá: Ed. UEM, 2017.

\_\_\_\_\_. GUIMARÃES, Maria Eduarda Araújo. Alceu Penna e a construção de um estilo brasileiro: modas e figurinos. *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, v.16, n.33, Jun. 2010. p.145-175.

\_\_\_\_\_. Moda é coisa de museu? In: *Anais do 8º Colóquio de moda*, Rio de Janeiro, 2012.

\_\_\_\_\_. *Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960*. São Paulo, Ed. Nversos, 2015.

BORTHOLUZZI, Juliana. O consumo acelerado direcionando o sistema da moda: o cluster criativo Pandorga loja coletiva. In: *Anais do 5º Modadocumenta*, Museu, memória e design. São Paulo, 2015.

BOURDIEU, Pierre. 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.

\_\_\_\_\_. *A Produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Trad. Maria da Graça Jacinto Setton. Porto Alegre, ed. Zouk, 2006.

\_\_\_\_\_. Alta-costura e alta-cultura. In: BOURDIEU, Pierre. *Questões de Sociologia*. Trad. Jeni Vaitsman, Rio de Janeiro, ed, Marco Zero, 1983.

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

\_\_\_\_\_. La “jeunesse” n’est q’un mot. In: BOURDIEU, Pierre. *Questions de Sociologie*. Paris: Ed. Les éditions du minuit, 2011.

\_\_\_\_\_. *A Distinção*, crítica social do julgamento. Trad. Daniela Kern; Guilherme J.F. Ferreira. Porto Alegre: Ed. ZOUK, 2007.

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

BUITONNI, Ducilia Schroeder. *Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. São Paulo, Summus, 2009.

BURKE, Peter. *A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV*. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar editor, 1994.

CALZA, Marlon Uliana. A identidade visual no projeto gráfico das revistas de moda. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

CECCHI, Cristiane. CUNHA, Maria Teresa Santos. Tenha Modos! Educação e civilidade em manuais de etiqueta (1900-1960) In: *Anais do X Simpósio Internacional Processo Civilizador*, Campinas- SP, 2007.

CHAUMETE, Xavier. La figurine de mode: histoire d'une pédagogie. In: *Le dessin sous toutes ses coutures. Catálogo de exposição*. Paris Musées, 1995.

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social, classe gênero e identidade das roupas*. Trad. Cristina Coimbra. São Paulo: Ed. Senac, 2009. P. 33.

CORREIO DO POVO. In: DICIONÁRIO FGV. [s.l.] : Fundação Getúlio Vargas, 2018. Disponível em: < <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/correio-do-povo> >. Acesso em novembro de 2018.

CUNHA, Maria Teresa Santos. Ser de cerimônia: manuais de civilidade e a construção de suieitos históricos (1920-1960). In: NEPONUCEMO, Maria de Araújo; TIBALLI, Elianda Figueiredo Arantes (orgs.). *A educação e seus sujeitos na história*. Belo Horizonte: Argumentvm, 2007.

DALLENOGRAVE, Waldemar, NORONHA, Renata Fratton. De Brasília a Washignton: relações de moda e poder no encontro Nixon-Medici In: *Anais VII Congresso Internacional de História, XX Semana de história*, Maringá, 2015.

DE CERTEAU, Michel. *História e psicanálise, entre ciência e ficção*. Trad. Guilherme João de Freitas Trixeira. Ed. Autentica, 2011. p.219

DEBOM, Paulo. Worth, o precursor da alta-costura. *Revista dObras*, v. 10, n.21, 2017. p. 80-98.

DEBORD, Guy. *La société du spectacle*. Paris. Ed. Gallimard, 1992.

DERRIDA, Jacques. *Mal de arquivo: uma impressão freudiana*. Trad. Claudia de Moraes Rego. Rio de Janeiro, Ed. Relume, 2001.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *Diante do Tempo: história da arte e anacronismo das imagens*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2015.

DIOR, Christian. *Conferências escritas por Christian Dior para a Sorbonne 1955-1957*. Trad. Mariana Echalar. São Paulo, Martins Fontes, 2011.

DORIA, Carlos. *Bordado da Fama uma biografia de Dener*. São Paulo, Ed. SENAC, 1998.

DUBOIS-JALLAIS, Denise. *La tsarine, Hélène Lazareff et l'aventure de 'Elle'*. Éditions Laffont, Paris, 1984.

DURAND, José Carlos. *Moda, luxo e economia*. São Paulo, Ed. Babel Cultural, 1988.

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

ELMAN, Debora, *O discurso híbrido do jornalismo de moda: estratégias do Jornalismo, da Publicidade e da Estética*. Tese. (Doutorado em Comunicação e Informação). UFRGS, 2017.

EMERY, Marcio de Moraes. *O impacto da abertura ao comércio exterior da década de 1990 no setor têxtil brasileiro*. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). PUCSP, 2007.

EVANS, Caroline, *The mechanical smile, modernism and the first fashion shows in France and America, 1900-1929*. Yale University Press, 2013.

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

FLÜGEL, J. C. *A Psicologia das Roupas*. São Paulo: Mestre Jou, 1966.

FOUCAULT, Michel. *A Arqueologia do saber*. Trad. L.F.B. Neves, Rio de Janeiro, Ed. Forense 2008.

FRAGA, Ronaldo. In: MARIANO, Marcele e ALONSO, Maria Rita. *Moda ilustrada, pinturas, croquis, estampas e desenhos que contam a evolução do vestuário no Brasil*. Editora Luste, São Paulo, 2018.

GOMES, Angela de Castro. A guardiã da memória. *Acervo*. Revista do Arquivo Nacional, Rio de Janeiro, v.9, nº 1/2, jan./dez. 1996. Disponível em: < [https://cpdoc.fgv.br/producao\\_intelectual/arq/538.pdf](https://cpdoc.fgv.br/producao_intelectual/arq/538.pdf) >. Acesso em 26 Fev 2019.

- GUERREIRO, Regina. Apresentação do suplemento Morumbi Fashion - Coleções Inverno 1998, integrante da *Revista Elle* edição 118. (1997)
- HENNION, Antoine. A pragmática do gosto. In: *Desigualdade e diversidade - Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio*. Rio de Janeiro, nº8, jan/jul 2011. p. 253-277. Disponível em: < [http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media/artigo10\\_8.pdf](http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media/artigo10_8.pdf)> Acesso em: 26 Fev. 2019.
- HOBBSAWN, Eric. A invenção das tradições. In: HOBBSAWN, Eric e RENGER, TERENCE. *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1984.
- JONES, Sue Jenkyn. *Fashion design, manual do estilista*. Trad. Iara Biderman. São Paulo, Cosac Naify, 2011.
- KAISER, Susan. *Fashion and Cultural Studies*. Berg. London-New York, 2012,p.1
- KALIL, Gloria. *Chic, um guia básico de moda e estilo*. Ed. Senac, São Paulo, 1997.
- KALIL, Mariana, Paixão por grifes. Zero Hora, 10 de novembro de 1996. Caderno Donna.
- \_\_\_\_\_ O Flavio que virou Rui. Zero Hora, 10 de setembro de 1995. Caderno Donna.
- KAMISTIS, Lydia. Une histoire impressioniste du défilé depuis les années 1960. In: SHOWTIME, le défilé de mode. *Catálogo de exposição*. Paris Musées, 2006.
- KAWAMURA, Yunya. *Fashion-ology: a introduction to fashion studies*. Oxford-New York: Berg Publishers, 2005. Versão e-book.
- KONTIC, Branislav. Inovação e redes sociais: a indústria da moda em São Paulo. Tese (Doutorado em Sociologia), Universidade de São Paulo, 2007.
- KORESKA-HARTMANN,Linda. Leurs instant de création. In: Le dessin sous toutes les coutures. *Catálogo de exposição*. Paris Musées, 1995.
- LEÃO, Danuza. *Na sala com Danuza*. São Paulo Ed. Siciliano, 1993, p. 72.
- LEITÃO, Debora Krischke. *Brasil à moda da casa: imagens da nação na moda brasileira contemporânea*. Tese (Doutorado). UFRGS. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, 2007.
- LIPOVESTKY, Gilles. *O Império do efêmero*. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Ed. Companhia de bolso , 2009.

\_\_\_\_\_  
ROUX, Elyette. *O Luxo eterno, da idade do sagrado ao tempo das marcas*. Trad. Maria Lucia Machado. Ed Companhia das Letras, São Paulo, 2005.

LISBOA, Luis Carlos. *Revista do Globo*, n. 1959, p.20-21.

LOPES, Ana Claudia L.F. “Assumptos Femininos”: a moda no Correio da Manhã nos anos 1920. In: *Colóquio “Imprensa, moda e mulher: trânsitos, circulação e trocas.”* Fundação Casa de Rui Barborsa, 2018.

MALERONKA, Wanda. *Fazer roupa virou moda*. Ed. Senac, São Paulo, 2007.

MELLO E SOUZA, Gilda. *O espírito das roupas: a moda no século dezenove*. São Paulo. Ed. Companhia das Letras, 2009.

MENKES, Suzy. *Who’s the next in fashion?* No one. International Herald Tribune, 2 de outubro de 2006. Disponível em: < <https://www.nytimes.com/2006/10/02/style/02iht-Rera.3003286.html> >. Acesso em: 26 Fev 2019.

MESQUITA, Cristiane. *Moda contemporânea, quatro ou cinco conexões possíveis*. São Paulo, ed. Anhembi Morumbi, 2005.

MESSIAS, Elizete Menezes. Brasilidade como construção de identidade nas coleções da marca Fórum. *Anais do 6º Colóquio de Moda*, São Paulo, 2010.

MICHETTI, Miqueli. Do caldeirão de culturas ao buffet da identidade cultural: o uso das “brasilidades” no discurso da moda contemporânea. *Revista Ciências Sociais*. Unisinos: São Leopoldo, vol.50., n.1, jan/abr, 2014, p.25-33.

\_\_\_\_\_  
*Moda brasileira e mundialização: mercado mundial e trocas simbólicas*. Tese (Doutorado em Sociologia). UNICAMP: Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2012.

MILLER, Danel. *Trecos, troços e coisas, estudos antropológicos sobre a cultura material*. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro, Ed. Zahar, 2013.

MONTEIRO, Charles. Imagens sedutoras da modernidade urbana: reflexões sobre a construção de um novo padrão de visualidade urbana nas revistas ilustradas na década de 1950. *Rev. Bras. Hist.*, São Paulo, v. 27, n. 53, p. 159-176, June 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-01882007000100007&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882007000100007&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 22 Fev. 2019. p.164

MORAND, Paul. *L’allure de Chanel*. Folio, Paris, 2009.

NORA, Pierre. Entre memória e história, a problemática dos lugares. *Projeto História*. São Paulo, n.10, p.7-28, 1993.

OLIVEN, Ruben. A parte e o todo. A diversidade cultural no Brasil nação. Petrópolis: Ed. Vozes, 2006. PESAVENTO, Sandra Jatáhy. *História do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Ed. Mercado Aberto, 1980.

ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1998.

PASCOLATO, Constanza. *O Essencial, o que você precisa saber para viver com mais estilo*. São Paulo, ed. Objetiva, 1999.

PENNA, Gabriela Odornes. *Produção de sentido em um arquivo pessoal: as ilustrações de figurinos de Alceu Penna para o show Brazil Export (1972)*. Tese (Doutorado em Artes Visuais). Faculdade de Artes Visuais. Universidade Federal de Goiás, 2016.

PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. Trad. Angela M.S. Correa. São Paulo: Ed. Conexto, 2016.

PERROT, Philippe. *Les dessus et les dessous de la bourgeoisie*. Paris: Ed. Fayard, 1981.

PIRES, Doroteia Baduy. A história dos cursos de design de moda no Brasil. *Revista Nexos: Estudos em Comunicação e educação*. Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, n.9, ano VI, 2002.

PIRES, Doroteia Baduy. Design de moda: uma nova cultura. *Revista dObras*, v.1, n.1, 2007.

POLHEMUS, Ted. No supermercado do estilo. Trad. Marcelo Garson e Ana Claudia L. F. Lopes. *Revista Contraponto*. PPG- Comunicação UFF. V.25, N.2, 2016. p.7-12.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-215, jul. 1992. ISSN 2178-1494. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1941>>. Acesso em: 21 Fev. 2019.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, jun. 1989. ISSN 2178-1494. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2278>>. Acesso em: 21 Fev. 2019.

POMAR, Guilherme Hampe. *"I am a universe", contracultura e boemia no Bom Fim (1967-1989)* Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História). UFRGS, 2018.

PORTELLI, Alessandro. O massacre de Civitella Val de Chiana. In: FERREIRA, Marieta de Moraes e AMADO, Janáina (orgs.). *Usos & abusos da história oral*. 1a edição 1996. Rio de Janeiro: FGV, 2001.

POULOT, Dominique. *Museu e museologia*. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. Ed. Autêntica, Belo Horizonte, 2013.

QUEIROZ, Fernanda. *Os estilistas*. Coleção "O mundo da moda" volume 8. São Paulo: Ed. SENAI, 1998.

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

\_\_\_\_\_. A distinção e suas normas: lituras e leitores dos manuais de etiqueta e civilidade - Rio de Janeiro, século XIX. *Acervo - Revista do Arquivo Nacional*. Ano v. 8, n. 1-2, dez/jan 1994, p. 139-152.

RAMIL, Vitor. *A estética do frio*. Conferência em Genebra. Pelotas: Ed. Satolep Livros, 2004.

RAMOS, Maria Lucia Bueno. Cultura visual e estilos de via. As revistas de moda francesa e as estratégias de marketing da alta-costura no início do século XX. *Revista Maracanan*. v.12, n.14, 2016, p-75-96.

RENFREW, Colin, RENFREW, Elinor. *Desenvolvendo uma coleção*. Trad. Daniela Fetzner. Porto Alegre, Ed. Bookman, 2010.

RIBEIRO, Celia. *Boas maneiras e sucesso nos negócios*. Porto Alegre, Ed. L&PM, 1993, p. 93.

\_\_\_\_\_. Apagou-se a estrela da moda do Sul. *Zero Hora*, 08 de julho de 1985, p.10

\_\_\_\_\_. Doris Spohr, auto-respeito que se reflete em visual impecável. *Jornal Zero Hora*, Revista ZH, 30 de setembro de 1990.

\_\_\_\_\_. Show de moda valoriza a pura lã. *Jornal Zero Hora* 1º de maio, 1993.

ROCAMORA, Agnes. *Fashioning the city. Paris, fashion and the media*. IB Tauris, 2009. versão e-book.

\_\_\_\_\_. Pierre Bourdieu and the field of fashion. In: ROCAMORA, Agnes. *Thinking through fashion: a guide to key theorists* Londres, IB Tauris, 2015.

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

ROCHEDO, Aline Lopes. *Do croqui à academia: a biografia cultural de um vestido*. Dissertação (Mestrado em Antropologia). PPG em Antropologia Social, UFRGS, 2015.

- ROUX, Elyette Apud Lipevetsky, Gilles, RUX, Elyette. *O Luxo eterno, da idade do sagrado ao tempo das marcas*. Ed. Companhia das Letras, São Paulo, 2005.
- RUBIO, Lourdes Cerilo. *La moda moderna*. Génesis de um arte nuevo. Madrid: Ed. Siruela, 2010.
- RUSCHEL, Nillo. *Rua da Praia*. Ed. Prefeitura de Porto Alegre; Porto Alegre, 1971.
- Ruy. *Gazeta de Novo Hamburgo*, 20 de junho de 1949.
- \_\_\_\_\_. *Gazeta de Novo Hamburgo*, 9 de julho de 1949.
- SACKRIDER, Françoise. *Du podium à la boutique IN: SHOWTIME, le défilé de mode. Catálogo de exposição*. Paris Musées, 2006.
- SCHEMES, Claudia. *Pedro Adams Filho: empreendedorismo, indústria calçadista e emancipação de Novo Hamburgo : 1901-1935*. Tese (Doutorado em História). Programa de Pós-Graduação em História. PUCRS, Porto Alegre, 2006.
- SCHIMIDT, Benito Bisso. *Os muitos tempos de Gilda: sobre biografias e extratos do tempo*. *Estudos da Historiografia Brasileira*. Rio de Janeiro, ed. FGV, 2011.
- SCHIRMER, Lauro. *A Hora: uma revolução na imprensa*. Porto Alegre, LP&M, 2000.
- SCHNEID, Frantieska Huszar. *Vestidos da memória, os registros de um casamento em um álbum de família*. Ed. Prismas, Curitiba, 2018.
- SCHOLL, Raphael. *Memórias (entre) laçadas: mulheres, labores e moda na Escola Técnica Sen. Ernesto Dornelles de Porto Alegre/RS (1946-1971)*. Dissertação (Mestrado em Educação). PUCRS, 2012.
- SCLIAR, Salomão. *Revista Manchete*, 1964.
- SEIXAS, Cristina. *Casa Canadá, a questão da cópia e da interpretação na produção de moda na década de 1950*. Rio de Janeiro: Ed. Cassará, 2015.
- SILVA, Elisabeth Murilho. *As dez mais elegantes: notas sobre a rigidez do comportamento feminino no Brasil dos anos dourados* In: *Anais do 10 Colóquio de Moda - 7 edições internacional, 1 Congresso de Iniciação Científica em Design de Moda*, 2014.
- SILVA, Gracilda Alves de Azevedo. *Bangu 100 anos, a fábrica e o bairro*. Rio de Janeiro ed. Sabiá Produções, 1989.

SIMILI, Ivana Guiherme. MORGADO, Debora Pinguello. Tecidos, linhas e agulhas: uma narrativa para Zuzu Angel. Tempo & Argumento. *Revista de História do Tempo Presente*. Udesc. v.7, n.15, 2015. p.177-201.

\_\_\_\_\_. A primeira dama Maria-Thereza Goulart e o costureiro Dener: a valorização da moda nacional nos anos 1960. *Revista História e Cultura*, Fraca-SP v.3, n.1, p.276-298. Disponível em: <<https://ojs.franca.unesp.br/index.php/historiaecultura/article/view/993/1112>>. Acesso em 26 Fev. 2019.

SIMIONI, Ana Paula Cavalcanti. O Espírito das Roupas de Gilda de Mello e Souza. *Revista d'Obras*, v.2, n.4, 2008, p.63-65.

SIMIONI, Ana Paula. Por que ler Pierre Bourdieu. *Revista d'Obras*, v.2, n.3, 2008, p.18-21.

SPOHR, Rui. Entrevista Rui Spohr. [Entrevista cedida a] Ana Fritsch. *Revista Onne and Only*, 2016. Disponível em: <[http://onnerevista.com.br/colunas\\_post/43/entrevista-rui-spohr](http://onnerevista.com.br/colunas_post/43/entrevista-rui-spohr)>. Acesso em: 22 de Fev. 2019.

\_\_\_\_\_. Muito além do óbvio. [Entrevista cedida a] Ana Carolina Acom. *Site ModaManifesto*, 2011. Disponível em: <[http://www.modamanifesto.com/index.php?local=detalhes\\_moda&id=308](http://www.modamanifesto.com/index.php?local=detalhes_moda&id=308)>. Acesso em: 22 de Fev. 2019.

\_\_\_\_\_. VIEGAS-FARIA, Beatriz. *Memória Alinhavadas*. Porto Alegre: Ed. Artes e Ofícios, 1997.

STALLYBRAS. Peter. *O casaco de Marx: roupas, memória e dor*. Trad. Tomaz tadeu da Silva. Ed. Autentica. Belo Horizonte, 2004.

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

\_\_\_\_\_. *Paris Fashion*. Oxford-New York, Berg, 2006.

SUED, Isabel. *Em sociedade tudo se sabe*. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.

SUMAN, Katia. *Cadernos da Ipanema - foi o que deu pra fazer em termos de memória*. Tese (Doutorado em Letras). Programa de Pós-Graduação em Letras, UFRGS, 2018.

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

TAMAGNE, Florence. Mutações homossexuais. In: TAMAGNE, Florence. *História da virilidade* v.3. Petrópolis: Ed. Vozes, 2013.

TEIXEIRA, Maria Luisa Paim. Os casais e o dinheiro. *Jornal Zero Hora*, Caderno Donna, 28 de novembro de 1993.

TÈTARD-VITTU, Françoise. La naissance du couturier et du modeliste In: Au paradis des dames. *Catálogo de exposição*. Paris Musées, 1992.

TREPTOW, Doris. *Inventando Moda, planejamento de coleção*. Ed. Doris Treptow, São Paulo, 2013.

TROY, Nancy, J. *Couture Culture*. A study in modern art and fashion. Massachusetts. The MIT Press, 2003.

VACCARI, Alessandra. Arquivos, arquivismo e design de moda: uma experiência prática. *Revista dObras*, v.5, n.12, 2012, p.50-57.

\_\_\_\_\_. Autobiografias de designers de moda como ferramenta para pesquisa histórica. *Revista Modapalavra*, E-periodico Dossiê História e Moda: múltiplas faces do saber histórico. UDESC, ano 8, n.16, jul-dez 2015, p.8. Disponível em: <<http://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/1982615x08162015005/4636>>. Acesso em: 22 Fev. 2019.

\_\_\_\_\_. Moda na Autarquia. *História: questões e debates*. Curitiba, v.65 n.2, 2017. p.17-38.

VEILLON, Dominique. Corpo, beleza, moda e modos de vida: do agradar ao prazer através das revistas femininas (1958-1975) Trad. Michel Guy Abes. *Revista Modapalavra*, UDESC v.2/no.3, 2003 p. 124-132

\_\_\_\_\_. *Moda e Guerra: um retrato da França Ocupada*. Rio de Janeiro, ed. Zahar, 2004.

VERSOLATO, Ocimar. *O vestido em chamas*. São Paulo: Ed. Aleph, 2005.

VIANA, Fausto. Museu de moda ou indumentária precisa ser tão grande? In: MERLO, Márcia (Org.). *Memórias e Museus, acervos, metodologia e processos curatoriais*. São Paulo. Ed. Estação das Letras e cores, 2016.

VILLAÇA, Nízia. Brasil: da identidade à marca. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n.33 agosto de 2007, p.61-65.

VOLPI, Maria Cristina. As roupas pelo avesso: cultura material e história social do vestuário. *Revista dObras*, v.7, n.15, 2007, p-71-78.

\_\_\_\_\_. *Estilo Urbano, modos de vestir na primeira metade do século XX no Rio de Janeiro*. São Paulo. Ed. Estação das Letras e Cores, 2018.

WAQUET, Dominique. LAPORTE, Marion. *La mode*. Paris. Ed. PUF, 2010.

WILSON, Elisabeth. *Enfeitada de sonhos, moda e modernidade*. Trad. Maria João Freire Lisboa: Edições 70, 1989.

ZALLA, Jocelito. Uma mulher “tradicionalmente moderna”: relações de gênero na trajetória de Gilda Marinho. *Em tempo de Histórias-PPG/HIS UNB*, n.11, Brasília, 2007 p.13-24.

## **JORNAIS**

A Tribuna Regional, Santo Ângelo, 30 de maio de 1993.

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

Gazeta de Novo Hamburgo, 38 de setembro de 1949.

Jornal a Hora, 16 de outubro de 1952.

Jornal A Hora. 25 de setembro de 1956.

Jornal A Hora, 18 de outubro de 1956.

Jornal A Hora, 11 de dezembro de 1956.

Jornal A Hora, 24 janeiro de 1957.

Jornal A Hora, 03 de maio de 1957.

Jornal A Hora, 18 de maio de 1958.

Jornal A Hora, 27 de janeiro de 1958.

Jornal A Platéia, Santana do Livramento, 5 e 6 de junho de 1993.

Jornal Correio do Povo, 31 de abril de 1993.

Jornal Correio do Povo, 24 julho de 1993.

Jornal Correio do Povo, 06 de outubro de 1996.

Jornal Correio do Povo, 29 de junho de 1997.

Jornal Correio do Povo, 29 de junho de 1997.

Jornal Correio do Povo, 18 de janeiro de 1998.

Jornal Correio do Povo, 2 de agosto de 1998.

Jornal Correio do Povo, 06 de dezembro de 1998.

Jornal Correio do Povo, 25 de julho de 2009, disponível em  
<http://www.correiodopovo.com.br/jornal/vitrine/n465/html/turismo.htm>,

Jornal Diário de Notícias “A ‘eminência parda’ da moda gaúcha: Doris Spohr” 26 de janeiro de 1964.

ZERO HORA, 24 de julho de 1994, Donna.

ZERO HORA, Conheça a trajetória de Rui Spohr, o mais emblemático estilista do sul, 23 de novembro de 2013. Caderno Donna.

ZERO HORA, 13 de maio de 2018. Donna 25 anos: as capas e os temas mais marcantes da Revista desde 1993, ano a ano. Disponível em: <  
<https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/noticia/2018/05/donna-25-anos-as-capas-e-os-temas-mais-marcantes-da-revista-desde-1993-ano-a-ano-cjpijq0uc006a8icnuldyvnbq.html>>. acesso em: 26 de Fev. 2019.