

AIMEÉ DE HEEREN: DO EXÍLIO À FAMA

Michelle Kauffmann Benarush⁸

RESUMO

Este artigo apresenta um breve resumo da vida de Aimeé de Heeren, socialite internacional e líder de moda, nascida no Paraná em 1903. No final da década de 1930, ela muda-se para Paris e inicia uma vida social agitada. Depois da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), Aimeé vive entre Biarritz, Palm Beach, Nova Iorque e Paris. Durante sua vida, Aimeé colecionou objetos de arte, alta costura e amigos influentes. Na década de 1970, seu segundo marido, Rodman Arturo de Heeren doa parte do seu guarda-roupa ao Museu da *Fashion Institute of Technology*, em Nova Iorque, consagrando e perpetuando seu nome na história da moda.

PALAVRAS CHAVE: Líder de moda, alta costura, consumo de moda

⁸ Michelle Kauffmann Benarush é mestre em História da Moda e Museologia e especialista em Avaliação de Moda pelo Fashion Institute of Technology. Realizou pesquisas em museus internacionais e nacionais e montou exposições. Também trabalhou em leilões especializados em indumentária histórica e como facilitadora de doações particulares e corporativas de objetos de arte à museus. Recentemente publicou artigos em anais do 7º Colóquio de Moda e no Fashion Colloquia. Pesquisa as áreas de museologia, curadoria, cultura material, interpretação de objetos e acervos de marcas de moda. E-mail: michellekauf@gmail.com

AIMEÉ DE HEEREN: FROM EXILE TO FAME

ABSTRACT

This article presents the life and fashions of Aimée de Heeren, an international socialite and fashion leader born in Paraná in 1903. In the late 1930s, she moves to Paris and begins an agitated social life. After World War II (1939-1945), she divides her time between Biarritz, Palm Beach, New York and Paris. During her life, Aimeé collected art, *haute-couture* and influential friends. In the 1970s, Aimeé's second husband, Rodman Arturo de Heeren, donates part of her wardrobe to the Museum at the Fashion Institute of Technology, in New York, permanently writing her name in the history of fashion.

KEY WORDS: Fashion leader, haute-couture, fashion consumption

INTRODUÇÃO

Aimeé de Heeren (née Aimée Sottomaior de Sá) nasceu em 1903, em Castro, PR. No final da década de 1920, mudou-se com sua família para o Rio de Janeiro e no início da década seguinte, casou-se com Luis Simões Lopes (1903-1994), então chefe de gabinete de Getúlio Vargas. Devido ao trabalho do marido, Aimeé circulava livremente pelos eventos presidenciais e sua beleza chamava atenção nos bastidores políticos. João Daudt d'Oliveira, assessor de Vargas, disse que Aimée era "*a dama mais bonita do Brasil na época, de uma beleza estonteante*" (VARELLA, 1995, p. 135). Juraci Magalhães, tenente do exército descreveu Aimeé em sua autobiografia:

Era de fato encantadora, e mais que isso, simpática, elegante, cheia de espírito, em suma, uma presença que enfeitiçava qualquer homem. Aimeé e sua Irma Vera, nascidas Sotto Maior, foram verdadeiras rainhas da bela época do Rio, capital federal, corte do poder, da elegância e do charme. (MAGALHÃES; GUEIROS, Gueiros, 1996, p. 143-144).

Lily de Carvalho Marinho, esposa do presidente das Organizações Globo, Roberto Marinho disse em entrevista a revista Veja: "*Comentava-se que Aimeé teria um romance com Getúlio: ela era muito bonita, uma moça fina e educada*" (VARELLA, 1995, p. 134). Segundo o historiador e cientista político Boris Fausto:

Getúlio se apaixonara por uma mulher jovem, em torno dos 25 anos, descrita por ele como refinada e inteligente, que era casada com um amigo e assessor bastante próximo, circunstância não registrada por ele como problemática. (FAUSTO, 2006, p. 87)

O caso extra-conjugal, que começou em abril 1937 e durou até maio de 1938, foi exaustivamente abordado nos diários de Getúlio. A primeira menção calorosa referente a Aimeé foi em abril de 1936:

Durante as manhãs, aproveitei esses feriados, como faço também nos dias úteis, para ler e trabalhar. Na tarde do primeiro dia, fui no auto do Luís, acompanhado de um ajudante-de-ordens e das duas irmãs, Aimée e Vera, duas alegres e inteligentes companheiras – a primeira senhora do Luís. (VARGAS, 1995a, p. 496).

Getúlio já havia descrito encontros cordiais anteriores, em fevereiro de 1934, janeiro de 1935 e fevereiro de 1936, quando se referiu a ela como a “senhora” ou “esposa” de Luís Simões Lopes (VARGAS, 1995a, p.269, p. 356, p. 481).

Em julho de 1937 Getúlio é um homem apaixonado e aborda o romance sem recato algum. Descreve Aimée como “luz balsâmica” e “encantamento da minha vida” (Vargas, 1995b, p. 63, p.74). Escreve, *“renova-se a aventura, beirando um risco de vida, que vale a pena corrê-lo”* (VARGAS, 1995b, p.61). O relacionamento extraconjugal avança em paralelo à instalação do Estado Novo, regime marcado pelo nacionalismo, extremo controle da sociedade e decisões ditatoriais. Em 7 de novembro, três dias antes do pronunciamento da nova Constituição, Vargas escreve: “Não é mais possível recuar. Estamos em franca articulação para um golpe de Estado, outorgando uma nova Constituição e dissolvendo o Legislativo”. (VARGAS, 1995b, p.82)

Em janeiro de 1938 escreve, “Fui ver a bem-amada, e isto encheu a minha tarde” (Vargas, 1995b, p. 103). Chamando-a desta forma, o presidente oferece pistas da identidade da mulher por quem estava apaixonado; “bem amada”, em francês – língua que Getúlio dominava e usava com frequência nos diários – traduz-se em bien-aimé. A partir do momento que ele cunha o termo, refere-se sempre à Aimée dessa maneira.

Em março de 1938, Getúlio passou uma temporada nas Estações das Águas em Minas Gerais, acompanhado de sua família e interlocutores próximos. No dia 30 deste mês ele escreve:

Levanto-me cedo e vou a rendez-vous previamente combinado. O encontro deu-se em plena floresta, à margem de uma estrada. Para um homem de minha idade e da minha posição corresse esse risco, seria preciso que um sentimento muito forte o impelisse. E assim aconteceu. Tudo correu bem. Regressei feliz e satisfeito, sentindo que ela valia esse risco e até maiores. À noite, fui ao jantar que me ofereceu o prefeito no cassino. Compareceram o interventor do estado, que tem me acompanhado assiduamente, altas autoridades, minha família e a alta sociedade aqui residente ou em estação de águas. Ela lá estava, sem contestação, a mais bela de todas” (VARGAS, 1995b, p. 119).

É possível comprovar a presença de Aimeé em Minas Gerais nessa mesma época com uma foto, hoje mantida nos arquivos do CPDOC da Fundação Getúlio Vargas no Rio de Janeiro (foto 1).



Foto 1

Aimée em Minas Gerais, abril 1938

CPDOC - FGV

A essa altura a primeira dama, Darcy Vargas, assim como Luis Lopes, estavam desconfiados da infidelidade de seus respectivos cônjuges. Entre abril e maio de 1938 Getúlio escreve:

Soube então que, por conversa telefônica transmitida a outra pessoa, comentava-se no Rio os meus amores. (VARGAS, 1995b, p.121)

Este segredo tem no seu bojo uma ameaça de temporal que pode desabar a cada instante. (VARGAS, 1995b, p.121)

Fui ver a bem-amada, O regresso só causou desconfiança e uma crise doméstica. (VARGAS, 1995b, p. 135)

Em junho de 1938 Aimeé vê-se obrigada a exilar-se e viaja sozinha para a Europa, provavelmente instalando-se em Paris, marcando assim o fim do seu primeiro casamento. Com o início da Segunda Guerra Mundial, ela desloca-se para Nova Iorque e hospeda-se no luxuoso hotel Ritz-Caltron. A última menção de Aimeé nos diários de Getúlio foi em março de 1939: "escrevi e enviei auxílio ao meu amor ausente" (VARGAS, 1995b, p. 208).

Aimée foi um sucesso instantâneo na mídia internacional. Sua primeira aparição foi na revista *Vogue* norte-americana em 15 de agosto de 1939 (foto 2). A fotografia, tirada no que aparenta ser um restaurante ou uma festa, mostra Aimeé sentada em uma mesa usando um imenso e audacioso chapéu de veludo de seda e plumas (pretas e rosas) de avestruz, assinado pela famosa chapelaria francesa Reboux. A legenda da foto dizia, "Mme. Lopes, a nova beleza brasileira" (tradução nossa).

O estilo original de Aimeé chamava atenção. O jornal americano *The New York Times* a descreveu como "beleza exótica" (PAID NOTICE, 2006, tradução nossa). Em 1941, foi eleita uma das mulheres mais bem vestidas do mundo pela Ranking Internacional dos Mais-Bem Vestidos (tradução nossa). Na lista, o nome de Aimée acompanhou outros conhecidos nomes da alta sociedade internacional como Wallis Simpson, a duquesa de Winsdor (1896-1986) e a senhora Harrison Williams, conhecida depois como Mona Bismarck (1897-1983). No mesmo ano, casou-se com Rodman Arturo de Heeren (1909-1983), filho de Fernanda

Wanamaker (1887-1958), herdeira da loja de departamentos Wanamaker, e do Conde espanhol Arturo Juan Alessandro de Heeren (1879-1939). Durante a Segunda Guerra Mundial, permaneceu em Nova Iorque enquanto seu marido defendia os Aliados no Pacífico. No fim da guerra, o casal mudou-se para Biarritz, mantendo também residências em Nova Iorque, Palm Beach e Paris.



Foto 2

“Mme. Lopes, a nova beleza brasileira”

Chapéu por Reboux

Vogue, 15/8/1939, p. 90

Aimeé esteve presente em festas oferecidas à chefes de estado e frequentou os grandes eventos de sua época como o Baile do Véu (tradução nossa) em Paris, em 1948, e o baile de máscaras oferecido por Charles de Beistegui em Veneza, em 1951. Aimée fez parte da alta sociedade jet-setter até o fim de sua vida, sendo sua presença em eventos sempre noticiada nas colunas sociais. Charles Van Rensslear, jornalista do jornal diário Palm Beach Post, descreveu Aimeé nos anos 1970, quando ela já era septuagenária:

Aimée de Heeren, a moça mais elegante de Palm Beach, estava um sonho. (RENSSALEAR, 1972, p. A6, tradução nossa).

Roddy de Heeren voltou de uma temporada de verão em Biarritz, onde sua elegante esposa, Aimée, é rainha” (RENSSALEAR, 1973, p. B6, tradução nossa).

No início dos anos 1970, Rodman de Heeren doou aproximadamente trezentos objetos do acervo pessoal de Aimeé ao Museu do FIT. A doação foi executada enquanto ambos eram vivos; Rodman morreu somente em 1983 e Aimée, em 2006, aos 103 anos. Destes trezentos objetos, tive a oportunidade de examinar um total de 111, oitenta e quatro peças de roupa e vinte e sete acessórios. Muitos dos objetos catalogados no sistema do Museu, infelizmente foram perdidos com o tempo.

Os objetos que examinei são de costureiros e chapeleiros famosos como Christian Dior, Cristóbal Balenciaga, Edward Molyneux, Elsa Schiaparelli, Jacques Fath, Madeleine Vionnet e Reboux, entre muitos outros. Os objetos, que datam do início dos anos 1930 até o fim dos anos 1960, são de grande valor histórico e já foram expostos em diversas mostras no próprio Museu do FIT, bem como emprestados a instituições como o Museu de Moda e

Têxtil, em Paris. Apesar disso, a trajetória pessoal de Aimée permanece um mistério, inclusive para curadores e especialistas.

Aimeé tinha um estilo peculiar de colecionar moda. Ela era cliente de muitos costureiros diferindo de outras líderes de moda da época, que seguiam à risca as recomendações de revistas especializadas ou que eram fiéis a apenas um costureiro. Seu consumo pulverizado demonstra uma personalidade forte, de quem acreditava, acima de tudo, no seu bom gosto e discernimento para escolher peças que lhe caíam bem.

A correspondente de moda da revista Vogue norte-americana em Paris, Bettina Ballard (1960), descreve a temporada em que Aimée morou na Cidade Luz em sua autobiografia:

Lembro especialmente da temporada em que Aimée Lopez (sic!) foi cultuada em Paris. Ela era tão linda, tão genuinamente agradável e exuberante, ela foi praticamente comida viva. Carregada de diamantes, ela era empurrada para provas de roupas e festas black-tie, nunca era permitido um momento de paz porque todas as anfitriãs queriam-na nas suas festas para provar que elas poderiam arrastar a nova celebridade para dentro de suas casas. Aimee (sic!) só queria dançar e flertar e se divertir. Isso não é o que Paris esperava dela. (BALLARD, 1960, p. 81, tradução nossa).

Paris queria que Aimée consumisse roupas, e ela o fez. Seu um estilo de vida exigia as melhores e mais elegantes roupas e acessórios para todas as ocasiões. Seu acervo nos mostra um estilo destemido e curioso, de alguém que se divertia com a moda, usando-a para expressar suas várias personas.

Aimée esteve presente nos lançamentos das primeiras coleções de muitos costureiros, sempre atenta aos novos criadores e ao estilo proposto por eles. Seu olhar apurado rapidamente identificava talentos emergentes e, ao aprovar o trabalho de um estilista, Aimeé era capaz de selecionar as peças que se tornariam ícones na carreira de

cada um deles. Por exemplo, a feminilidade simples de Alix Barton em um vestido de jersey de seda da primavera de 1934, as listras esportivas em um vestido para o dia de Marcel Rochas de 1946, o conjunto de algodão branco de Hubert de Givenchy de c. 1952, o Modernismo do vestido “Bolha”, de 1954 de Cristóbal Balenciaga.

Para o Baile Circense (tradução nossa), em Paris em julho de 1939, Aimée usou um vestido assinado por Robert Piguet (coleção primavera/verão, 1939). Na época, Christian Dior era o estilista-chefe da casa (FONT, 2011, p. 32). Nos anos 1930 Aimée comprou roupas de festas de Augustabernard, Alix Barton (depois conhecida como Madame Grès) e Madeleine Vionnet. De Elsa Schiaparelli, a rainha surrealista da moda, comprou vestidos coloridos para o dia, ternos de lã e um robe de seda com estampas de borboletas, famoso símbolo Surrealista que representa mudança, muito utilizado por Salvador Dalí e o fotógrafo Man Ray. Seu senso estético apurado reconheceu a genialidade de Cristóbal Balenciaga em sua primeira coleção, em 1937. O vestido de noite em algodão piquê listrado dessa coleção, é uma obra-prima da técnica e possui a elegância discreta característica de seu criador. A revista Vogue, sempre atenta aos novos modos e figuras proeminentes da sociedade, não poupava elogios e apontava para o “sucesso glamoroso” de Aimeé (ARABIAN, 1939, p. 89, tradução nossa). Na década que celebrou as formas do corpo feminino, o estilo de Aimée reinou.

Nos anos 1940, com a Segunda Guerra Mundial, a alta-costura parisiense sofreu enormes perdas, com restrições têxteis e falta de mão de obra (até Christian Dior foi para o combate). As compradoras sérias foram obrigadas a se voltar para outros mercados e a indústria da moda norte-americana cresceu. O vestido de Aimée de 1943, assinado por Gilbert Adrien, demonstra essa mudança. Adrien, mais conhecido como figurinista do estúdio Metro-Goldwyn Mayer em Hollywood, se demitiu em 1942 e abriu seu ateliê de alta-costura e prêt-à-porter, tornando-se um dos mais bem sucedidos estilistas americanos durante a guerra. Suas roupas simbolizavam o chamado Estilo Americano que era refinado porém acessível e descomplicado.

Em março de 1941, Aimeé ilustra as páginas da revista Vogue norte-americana novamente, em uma propaganda da empresa de cosméticos Pond's. O anúncio, de páginas duplas, promove a ideia de que no mundo da moda, não há necessidade de se definir nacionalidades. Para Pond's mulheres de todo o mundo, independentemente de seu país de origem, dividem o mesmo sentimento de culto à beleza. A propaganda mostra cinco mulheres representativas de seus países, a saber: Canadá, Estados Unidos, Brasil, Chile e Argentina e descreve o ideal proposto:

Em todas as 19 repúblicas desse jovem, vibrante e vigoroso hemisfério... amáveis mulheres aprenderam a mesma lição romântica de beleza. Do Alasca ao Cabo Horn, das Ilhas Aleutianas à Paraíba... Por essas grandes Américas, onde floresce tanta beleza, riqueza e cultura – existe o mesmo padrão de meticulosa beleza feminina. O mesmo culto à indumentária requintada e imaculada, ao penteado brilhoso e perfeito, à pele mantida doce e limpa e macia como uma flor. (BEAUTY, 1941, p. 96-97, tradução nossa).

Aimée posou para o anúncio com o vestido de Robert Piguet da coleção primavera/verão de 1939 desenhado por Christian Dior, o mesmo que usou em um ensaio para a revista dois anos antes. Sinal dos tempos, que não condenavam o reuso de roupas e valorizavam o material têxtil, em especial um vestido de alta-costura. Este anúncio é importante por destacar Aimeé como uma representante do Brasil. E ela, conscientemente ou não, era a imagem do estilo brasileiro no exterior. Ela é também exemplo de como as mulheres brasileiras compravam alta-costura francesa e circulavam pela alta sociedade internacional. Suas roupas evidenciam o estilo de uma mulher que cria e não copia seu visual. Suas fotos nos mostram como ela usava suas roupas para definir um estilo brasileiro, autêntico e criativo, porém ao mesmo tempo internacional.

Com a vitória dos Aliados em agosto de 1944, Aimée imediatamente voltou à Paris, sedenta por alta-costura. No Museu do FIT existem dois vestidos para o dia que foram apresentados nos primeiros desfiles do pós-guerra, um assinado por Raymond Barbas para a grife Patou e outro por Robert Piguet (foto 3). Eles confirmam a dedicação de Aimeé à moda parisiense, hábito este que foi forçosamente interrompido durante a guerra. Os dois modelos possuem as características principais das modas lançadas no pós-guerra francês: estilos contidos, sem decorações, palheta de cores simples. Os vestidos explicitam um patriotismo nada discreto: o quadriculado de Patou, em tons de vermelho, branco e azul, e o vermelho forte de Piguet, remetem às cores da bandeira francesa. As coleções da "Libertação", apresentadas em novembro, foram descritas por Michel de Brunhoff, editor da Vogue francesa como "discretas e sérias; não sem idéias, mas sóbrias e responsáveis" (PARIS, 1944, tradução nossa).

Comprar alta-costura em 1945 ainda era um hábito caro e complexo, e poucas mulheres ousaram retornar a Paris antes de 1947 (LEVENSTEIN, 2004, p. 106). No artigo intitulado "Qual o novo look de Paris?" (tradução nossa), a Vogue norte-americana de maio do mesmo ano publica uma ilustração do vestido vermelho de Piguet. A matéria informa que os modelos ali reproduzidos não estão à venda nos Estados Unidos pois "nenhum modelo francês foi importado" (WHAT'S, 1945, p.144-145, tradução nossa). Já o The New York Times explica que devido à falta de materiais e à "proibição de exportações ... [os] valores dos próximos modelos serão altos" (FASHION, 1945, tradução nossa). Somente em 1946, a coleção da "Libertação" foi exportada para as Américas.



Foto 3

Vestido para o dia, Robert Piguet

Seda, Primavera 1945

Museu da FIT, 70.57.61

Doado por Sr. Rodman A. Heeren

Em janeiro de 1946, Aimeé estampa novamente as páginas da revista Vogue norte-americana, desta vez fotografada pelo influente fotógrafo John Rawlings (1912-1970) (Foto Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte - São Paulo – V.5 Nº1 maio 2012 63

4). Na reportagem "Chapéus escolhidos por elas", Aimeé aparece vestindo terno e chapéu assinados por Cristóbal Balenciaga, comprados no Rio de Janeiro. (HATS, 1946, p. 72, *tradução nossa*). Aimeé voltou poucas vezes ao Brasil depois de seu exílio, "apenas nas ocasiões de morte de seus familiares" (VARELLA, 1995, p.132). No tempo que esteve no país, posou para o artista plástico brasileiro Candido Portinari. No retrato de 1945, Aimeé veste um terno escuro, uma camisa clara com rufos e um chapéu. Em um cartão de agradecimento, Aimeé se despede do artista e de sua família, oferece-se para qualquer necessidade nos Estados Unidos e diz que "exibirá, com orgulho, seu retrato em Nova York" (PORTINARI).



Foto 4

Aimée de Heeren vestindo terno e chapéu assinados por Cristóbal Balenciaga,
comprados no Rio de Janeiro
Fotografia por John Rawlings
Vogue, 15/1/1946, p. 72.
© Condé Nast Publications, Inc.

No luxo abundante dos anos 1950 e novamente com acesso livre à Paris, Aimeé volta a brilhar. Somente de Christian Dior, compra seis modelos: dois conjuntos com estampas florais (c. 1950 e outono, 1953), um vestido para coquetel com estola de vison (primavera 1954), um conjunto de vestido e casaco para coquetel (c. 1955), um tomara que caia para a noite, bordado em renda branca (c.1955), e, finalmente, um conjunto de túnica e saia para o dia, de Yves Saint Laurent para Dior (c. 1958). Este último ilustra bem o relacionamento de Aimeé com a moda: lançado provavelmente na primeira coleção após a morte de Christian Dior, o vestido-túnica, era completamente diferente das silhuetas da época. Aimeé, que admirava muito o estilo de Christian Dior, não se deteve a sua memória e apostou na criatividade do novo criador da casa.

Aimeé também frequentou o atelier de Pierre Cardin, comprando peças de uma das primeiras coleções, um casaco de lã e um vestido com bordados de vidro, ambos de 1955. Antonio del Castillo, Madame Grès (conhecida nos anos 1930 como Alix Barton), Jean Dessès, Hubert de Givenchy, Elsa Schiaparelli e Cristóbal Balenciaga são alguns dos costureiros que Aimeé patrocinou na década de 1950. Nessa época, Aimeé favoreceu modelos coloridos e femininos. Em meio a essa variedade imensa, surge uma peça inesquecível: o maiô de Jacques Fath de c.1952 (foto 4). O modelo é um raro exemplo de prêt-à-porter criado por um costureiro da alta-costura francesa. Fath, que já havia testado a fórmula com sucesso nos Estados Unidos durante a guerra, veio ao Brasil em 1952 para promover sua coleção em parceria com empresas têxteis nacionais. A peça, que é feita em

alpaca fabricada pela Indústria Têxtil Carioca, Bangu, possui uma silhueta que se assemelha a um minivestido tomara que caia. Na barra da saia, foram bordados motivos que fazem referência aos balneários elegantes da época: Mônaco, Nice, e Saint Tropez.



Foto 4

Maiô, Jacques Fath

Alpaca, c. 1952

Museu da FIT, 70.57.73

Doado por Sr. Rodman A. Heeren

Aimée de Heeren jamais saiu de casa sem um chapéu, arranjo floral ou penas, enfeitando sua cabeça. Mais do que simplesmente acessórios, para ela, os chapéus eram uma maneira única de interpretar a moda com originalidade. Sua chapelaria preferida era Reboux, uma das mais tradicionais de Paris, fundada em 1857. Dois anos após a morte da fundadora, Caroline Reboux, em 1927, Lucienne Rabaté assumiu a direção de criação. Rabaté criava chapéus como uma escultora, moldando cada modelo na cabeça das clientes (Perraud, 1956, p. 56). Um artigo do The New York Times de 1936 descreve o nível do sucesso da marca:

O lançamento da coleção de outono de Reboux é sempre um dos mais importantes eventos do mundo da moda. Reboux é para os chapeleiros o que Vionnet é para a moda. As duas ocupam um lugar único, diferente de tudo que é meramente e superficialmente elegante, estabelecendo, a cada estação, novos recordes na estratosfera da criação de estilo. (K.C., 1936, p. D8, tradução nossa).

A coleção de sapatos de Aimeé também impressiona. Como legítima devota da alta-costura, só comprava sapatos feitos sob medida. Aimée favorecia os melhores e mais conhecidos sapateiros do mundo, e sua coleção ostenta pares adquiridos em Paris (Ducerf Scavini & Fils), Bruges (Debusschère), Nova Iorque (Nancy Haggerty) e Rio de Janeiro (A. Albaneze).

Apesar de ainda pouco conhecida no Brasil, Aimeé de Heeren era uma celebridade internacional e famosa por sua beleza estonteante e seu bom gosto. Cecil Beaton, o aclamado artista multimídia, que por muitos anos trabalhou para a revista Vogue lembrou de Aimeé em sua autobiografia: "Aimée de Heeren, anfitriã incansável, nenhum detalhe a escapa, ela é agradável, linda, uma figura, e fala sem parar" (BEATON, 2003, p.177, tradução nossa).

A devoção de Aimeé pela alta-costura modificou seu status progressivamente: de mera consumidora, a líder de opinião, a colecionadora. Utilizando a roupa como forma de

comunicação tácita, ela demonstra superioridade social e bom gosto. No artigo “História sob medida”, sobre colecionadoras de alta-costura, a Vogue norte-americana explica que:

A mulher com recursos, bom gosto e desejo de absoluta perfeição de caimento; que sente-se desconfortável a menos que todas as linhas sejam cortadas para seu próprio corpo, cada detalhe executado para suas proporções (não meramente escolhido por ela). (MADE, 1944, p. 67, tradução nossa).

Líderes da moda como Aimeé, eram lançadoras de tendências e suas escolhas estéticas influenciavam o grande público da moda. As coleções de muitas destas mulheres, hoje preservadas em museus importantes, evidenciam suas respectivas ligações com o luxuoso mundo da alta-costura e também como utilizavam a moda como expressão estética, revelando sua alta sofisticação cultural.

A cliente de alta-costura vê no estilista e na roupa que ele cria, uma ferramenta para estabelecer e desenvolver sua identidade. Segundo a historiadora Anne Hollander, ela empresta seu corpo passivamente para as mudanças dos estilos, mas ativamente “interpreta e cria sua composição” (HOLLANDER, 1980, p. xv, tradução nossa).

A coleção de roupas de Aimeé de Heeren, agora no Museu do FIT é um exemplo clássico do relacionamento entre colecionadoras e a indústria: como compravam, usavam e se promoviam usando a roupa como ferramenta de comunicação. Socialmente, o bom gosto leva ao prestígio. Acadêmicos como Simmel, (1904) e Bourdieu (1984) enfatizam a importância da moda na distinção entre as classes e sua “capacidade de conferir status estético a objetos banais... ou comuns” (BOURDIEU, 1984, p. 5). Bourdieu vai além, dizendo que o consumidor sempre “ajuda a produzir os produtos que consome”, quando escolhe um em detrimento do outro (BOURDIEU, 1984, p. 100). Porém, a representação fiel de uma classe social não é nem o único, nem o principal objetivo da moda. Essas teorias reducionistas deixam a desejar principalmente porque não levam em conta a importância

estética da moda e como os objetos despertam desejo no consumidor. Caem na armadilha de que precisam buscar explicações sobre a moda, fora do universo da moda (VIKEN, 2005, p. 15).

Herbert Blumer apresenta uma perspectiva interessante:

O mecanismo da moda aparece não em resposta a uma necessidade de diferenciação social ou imitação social, mas sim em resposta a um desejo de estar na moda, de estar em contato com o novo, de expressar novos gostos que emergem num mundo que está em constante movimento. (BLUMER, 1969, p. 282, tradução nossa).

Blumer parece entender de moda. Sua teoria diz que enquanto inúmeros modelos são lançados a cada ano, as escolhas que fazemos, ou seja, o nosso gosto, é pessoal, claro, mas também uma questão de experiência. Quando pessoas do mesmo grupo social dividem experiências culturais, desenvolvem gostos parecidos. Miranda aponta para a "lógica da inconstância da moda", e atribui essa instabilidade ao sentimento cultural contemporâneo que valoriza "o novo", e ao desejo de cada um de expressar sua "individualidade humana" (MIRANDA, 2008, p. 62). A colecionadora de moda é uma especialista que está a todo tempo atenta às novas propostas, e possui as qualidades necessárias para interpretar seus significados culturais. Miranda enfatiza a "importância primordial" das líderes de moda, que, por serem as primeiras a aderir a um novo estilo, ajudam a propulsar "a aceitação e difusão de determinada moda" (MIRANDA, 2008, p. 64).

A moda não é simplesmente uma criação de um costureiro lançada em um desfile; este é somente parte de um processo coletivo muito mais profundo. Para Braga, em entrevista a Silvia Barros:

As tendências desfiladas são só propostas. Quem dita a moda é a rua, ao legitimar a proposta. Quando o estilista faz o desfile não está lançando moda, mas propondo idéias que

têm a ver com seu estilo e que poderão ou não encontrar ressonância no desejo de consumo que validará esta ou aquela tendência. (BRAGA, 2009, p. 50).

A consumidora de moda exerce um papel ativo na criação dos estilos propostos pelo costureiro. Os dois se comunicam a partir de um vocabulário estético concordante, porém um não existe sem outro. Para Hollander, “vestir-se é um ato estético criativo” (HOLLANDER, 1980, p. 311, tradução nossa). Sem a presença da consumidora, a moda não existe.

O acervo de Aimée de Heeren doado ao Museu do FIT constitui o guarda-roupa de uma líder de moda durante um período de quarenta anos. Suas roupas mostram um estilo variado, destemido, jovial e espirituoso que acompanhou a evolução da moda no seu tempo. Aimée era uma líder de moda cujas roupas eram da mais alta qualidade. Sua carreira social no exterior foi exaustivamente coberta em periódicos importantes, que publicavam ilustrações, fotografias e notas sobre sua vida. No Brasil, apesar de ser notória em certos meios, pouco ainda se sabe de fato sobre sua vida, principalmente suas ligações com a moda nacional. Suas roupas, por outro lado, podem ajudar a esclarecer práticas de consumo da alta costura francesa por brasileiras. Em 1966 dizia-se que Aimée fora “admitida ao Fashion Hall of Fame, não somente por aderir à moda, mas por interpretá-la com originalidade e bom gosto. Ela era o epítome do glamour” (PAID, 2006, tradução nossa). Realmente precisamos conhecer melhor a Aimée.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARABIAN nights in Paris. *Vogue*, p.89, 15 agosto 1939.

BALLARD, Betting. *In My Fashion*. Nova York: D. McKay Co, 1960.

BEATON, Cecil. *Unexpurgated Beaton: The Cecil Beaton Diaries As He Wrote Them, 1970-1980*. Nova York: Alfred A. Knopf, 2003.

BEAUTY over the Americas. *Vogue*, p. 96-97, 15 mar. 1941.

BEST dressed women—and why. *Vogue*, p. 93, 1 fevereiro 1938.

BLUMER, Herbert. *Fashion: from class differentiation to collective selection*. *Sociological Quarterly*, v. 10, 275- 291, Summer 1969.

BOURDIEU, Pierre. *Distinction: a social critique of the judgment of taste*. Tradução por Richard Nice. Cambridge: Harvard University Press, 1984.

BARROS, S. A linguagem da moda: entrevista com João Braga. *Claudia*, p. 49-52, jul. 2009.

CARRIER, J.G. The limits of culture: political economy and the anthropology of consumption. In: TRENTMAN, F. (org.). *The making of the consumer: knowledge, power and identity in the modern world*. Oxford: Berg, 2006.

DAMIANI, M. A bem amada de Getúlio. *Isto é*, 18 out. 2006.

FASHION shows in Paris will be opened today. *New York Times*, 26 fev. 1945.

FAUSTO, Boris. *Getúlio Vargas: o poder e o sorriso*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

FONT, Lourdes. Dior before dior. *West 86th*, p. 26-49, v. 18, nº. 1, Spring-Summer 2011.

HOLLANDER, Anne. *Seeing through clothes*. Nova York: Avon, 1980.

K.C. Hats and waistcoats. *New York Times*, p. D8, 18 out. 1936.

LEVENSTEIN, H. *We'll always have Paris: American tourists in France since 1930*. Chicago: University of Chicago Press, 2004.

MADE-to-order story. *Vogue*. 1 abril 1944, p. 67

MAGALHÃES, J.; GUEIROS, J. A. O ultimo tenente. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Record, 1996.

PAID Notice: Deaths Heeren, Aimee de Sa Sottomaior. *New York Times*, 26 set 2006.

PARIS Fashion Shows Toned Down, *New York Times*, 10 nov. 1944.

PROJETO PORTINARI. Pessoas: Aimée de S. Heeren. Disponível em: < <http://www.portinari.org.br/ppsite/ppacervo/pessoasCompl.asp?notacao=2900&ind=110&NomeRS=rsPessoas&Modo=C>>. Acesso em: 03 out. 2011.

RENSSALEAR, C.V. 4 stars for fun. *Palm Beach Post*, p. A6, 24 abr. 1972.

RENSSALEAR, C.V. Cocktails by the ocean. *Palm Beach Post*, p. B6, 29 nov. 1973

SIMMEL, G. On Fashion. In: *On Individuality and Social Forms*. Chicago: University of Chicago Press, 1971, p.294-323 [publicado originalmente em 1904].

TROY, J.N. The theatre of fashion: staging haute couture in early 20th-century France. *Theatre Journal*. v. 53, nº 1, março 2001.

VARELLA, Flavia. Bem-amada sem nome. *Veja*, 13 dez. 1995.

VREELAND, Diana. *D.V.* Ed. George Plimpton e Christopher Hemphill. Nova York: Alfred A Knopf, 1984.

WHAT'S the new Look In Paris?. *Vogue*, p.144-145, maio 1945

WORD'S 10 best-dressed women picked; duchess of Windsor heads designers' list. *New York Times*, 31 dez.1941.