



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

TÍTULO: As Curvas do Rio
A Carioca e o Balanço a Caminho do Mar
Anna Victoria Salazar Jensen
Centro Universitário UniAcademia, Juiz de Fora, MG
Profa. Aline Marques Costa
Centro Universitário UniAcademia, Juiz de Fora, MG

Linha de Pesquisa: Roupas Memória

RESUMO

A pesquisa trata da influência da cidade balneário, particularmente o Rio de Janeiro, levando-se em conta o clima e a geografia locais, no estilo de se vestir, assim como no estilo de vida, referido como o “*lifestyle*” do carioca. Para tal fim, foi feito um breve relato da utilização das praias cariocas desde os tempos de Brasil Colônia até o século XX, passando da utilização inicial para fins terapêuticos e aos poucos para fins de prática de esporte e finalmente para banho de mar com o único propósito de lazer. E em meio a esse processo, mostra-se a evolução dos trajes de banho, assim como a formação de um estilo de vida próprio do carioca, que inspira uma moda de acordo com o que vivemos na cidade.

Palavras-chave: Cidade Balneário. Lifestyle; Carioca. Praia. Trajes de banho.

1 INTRODUÇÃO

O objeto da presente pesquisa é a influência do Rio de Janeiro como cidade balneário, levando-se em conta, dentre outros fatores, o clima e a geografia locais, na formação do *lifestyle* carioca. No desdobramento do tema proposto, será feito inicialmente, uma breve descrição da história da utilização da orla marítima dos séculos XVI ao XIX. A partir do início do século XX, relevantes transformações



acontecem na cidade, que culminarão no acesso à zona sul, desviando para o convívio da natureza a população da cidade e tornando a frequência às praias um hábito do carioca. Nesse ponto, será mostrada também a evolução dos trajes de banho, permitindo o uso de uma determinada forma de se trajar e de revelar cada vez mais o corpo. Como resultado, o movimento do corpo ao caminhar fica mais leve, mais solto, dando forma a uma moda carioca, um jeito carioca de ser, um jeito despojado, que reflete o estilo de vida da cidade, o “lifestyle” carioca. Tal estilo de vida é conhecido até por aqueles que nunca foram ao Rio. Daí a relevância da abordagem do tema, ou seja, propiciar um entendimento um pouco maior dos fatores que contribuíram para a sua formação.

Para a compreensão do tema objeto do presente estudo, encontrei respaldo principalmente na pesquisa feita na tese de doutorado “Presença Carioca – estudos sobre a Moda e a Estética Corporal na cidade do Rio de Janeiro, 2008, de Virginia Borges Todeschini

2. INÍCIO DO BANHO DE MAR

Segundo Farias (2015, p. 125):

A identidade da cidade do Rio de Janeiro, para aqueles que nela moram, para outros brasileiros quanto os outros brasileiros e mesmo para os estrangeiros que dela têm notícia, está fortemente ligada ao sentido de interação humana com a natureza. Não à toa, seus dois maiores ícones – o Corcovado e o Pão de Açúcar – apresentam uma conjugação de paisagem natural com a ação do ser humano sobre a mesma. Para além da estátua do Cristo Redentor e do teleférico, porém, uma outra paisagem salta aos olhos quando o assunto é o Rio: a praia carioca”. Na esteira desse pensamento, Farias relata: “Só que, no caso da praia, tudo parece diferente: a natureza ali reinaria, absoluta, restando a seus frequentadores ‘apenas’ usufruí-la. No entanto, houve um processo de desnaturalização da praia carioca até chegar à conotação e ao mesmo tempo ao contorno físico que possui atualmente. Neste processo, tanto as ideias sobre a praia como sua conformação espacial sofreram mudanças radicais

A Baía de Guanabara era, no Brasil Colônia, sobretudo um elo entre enseadas e praias. Gaspar (2004,p.31), relata que:



O vento, constante na entrada da barra, impelia as embarcações à vela, carregadas de mercadorias, da sede dos engenhos em direção à praia, nas proximidades do Morro do Castelo, centro vital da cidade no século XVI. A orla marítima era o local onde ficavam os embarcadouros, assim como local de observação da costa. Até o final do século XIX, o centro da cidade e o porto estiveram superpostos: a cidade dialogava com a baía, atenta à barra de entrada

Segundo Lessa(2001,p.147), “a cidade debruçou-se sobre a baía, incorporando-a”, e Segundo Gaspar(2004, p.32), “o carioca original, por longa abstinência, que atravessará dois séculos inteiros de apego à terra firme e resistirá às primeiras décadas de mudança repentina da cidade oitocentista, nem pensava em banho de mar. A influência que mais tarde o transformaria em habitante de um balneário metropolitano veio, como tudo vinha à colônia, de fora”. No século XVII, disseminou-se a ideia, através de tratados e estudos médicos, do banho medicinal, ou seja, começa-se a pregar as virtudes terapêuticas da água do mar. No século seguinte, os cientistas enfatizaram tal ideia. No século XIX, passa-se a seguir o modelo europeu de estâncias termais. Nessa época, surgem na Europa os grandes hotéis de praia, muito procurados por pessoas que estavam em busca de ares marinhos e do iodo para revigorar o corpo e a alma. O mergulho no mar era a prescrição para o tratamento de tudo: raquitismo infantil, infertilidade, doenças ligadas à melancolia e ao sistema nervoso. O hábito de ir à praia foi sendo adquirido pouco a pouco.

Mas qual era a indumentária usada para se banhar nas águas do mar? Segundo relato de Gaspar (2004, p.32):

Os trajes de banho, até a Primeira Guerra Mundial, eram pudicamente nos joelhos, cobrindo os ombros, ocultando o pescoço em gola alta, complementados com um chapéu sobre a cabeça. A roupa do banhista era feita sob medida para protegê-lo do escândalo, do vento, das correntes de ar e do sol. Logo, o banho de mar realçava as intenções medicinais de quem se metia água adentro

Segundo Gaspar (2004, p.34): “As banhistas eram obrigadas a se cobrirem da cabeça aos pés, envoltas em amplas roupas de sarja ou áspera baeta, não permitindo, quando molhadas, que se percebesse, nem de leve, algum precioso recorte de anatomia”(apud, Luiz Edmundo, 1957).



Segundo Braga (2004), até meados do século XIX, as praias frequentadas eram as praias do centro, ou seja, as praias da Baía de Guanabara, que tinham a função de portos e embarcadouros e que podem ser vistas nas fotos do Rio Antigo, por já não existirem mais. Assim, a praia de Santa Luzia, e também uma série de praias no interior da baía, como as praias de São Cristóvão, São Diogo, Caju, Saúde e Gamboa, dentre outras, foram aterradas, sobre as quais foram erguidas as estruturas do porto moderno.

Segundo relata Braga (2004), a utilização das praias como espaço de lazer, a voga do banho de mar chegou de verdade no Rio de Janeiro na segunda metade do século XIX, mais uma vez por influência de fora. Nesse período, surgiam na Europa os balneários como lugar de veraneio, o que se tornou a grande moda da elite europeia, e, por influência, também na então capital do Brasil.

No alvorecer do século XX, (1902), o então prefeito da cidade, Francisco Pereira Passos, elaborou e levou a cabo uma extensa reforma urbana, baseada no modelo francês implantado por seu amigo Haussmann, então prefeito de Paris. Segundo (2012), tal reforma obrigou a uma intervenção radical na própria conformação geográfica da cidade, com obras de desmonte e aterros e, na malha urbana tradicional, com extenso programa de desapropriações e demolições para alargamento e abertura de ruas. Começou, então, por abrir a extensa Avenida Central (atual Rio Branco) para ligar a região do Porto à nova avenida criada, a Avenida Beira-Mar. O Túnel do Leme (posteriormente denominado túnel novo), que ligava Botafogo ao Leme, completou o movimento sugerido pela criação da Avenida Beira-Mar, ou seja, de saída do centro da cidade, em direção ao que seria, mais tarde, a praia brasileira mais famosa do mundo: Copacabana. O túnel do Leme foi inaugurado em 1904, sob a gestão de Pereira Passos, no mesmo ano da inauguração da Avenida Atlântica. A construção do túnel permitiu que a linha de bonde da Companhia Ferro-Carril do Jardim Botânico atingisse o Posto 6. Segundo Gomes (1998), "houve resistência por parte de alguns acionistas da Cia. Ferro Carril Jardim Botânico à implantação das linhas para Copacabana, por considerarem um ato imprudente a decisão de levar o bonde "àquele deserto arenoso, sem habitação, e cujo progresso seria muito lento"(1998,p.99).



Segundo Farias (2015), os bondes entram em cena e, com isso, a cidade se expande para a zona sul litorânea. As praias ligadas à orla da Baía de Guanabara tiveram o perfil alterado ao passarem por sucessivos aterramentos (resultantes de desmanche de morros), que diminuíram seu espelho d'água de 700 metros para apenas 381, com isso, 10 anos de praias deixaram de existir.

No início do século XX, então, com o novo meio de transporte em circulação e a facilidade de acesso ao bairro, as praias oceânicas começam a se popularizar. A zona sul da cidade passa a representar a modernidade. Surge, então, uma sociedade seduzida pela tal modernidade e ávida por novidades. Esse período de intensas transformações ficou conhecido como *Belle Époque* carioca, devido à forte influência francesa. O clima da Belle Époque favoreceu o interesse pelos costumes cosmopolitas. Segundo relata Disitzer (2012,p.15)

no começo do século, via-se em desfile pelo Rio moças cujo vestuário era inspirado nos moldes e na moda da Belle Époque. As de classe mais abastada, sobretudo, importavam de Paris desde revistas com modelos a serem copiados até tecidos e aviamentos. E, apesar do intenso sol da Cidade Maravilhosa, a moda ditada no estrangeiro, que pedia estilo rebuscado e o uso de tecidos quentes e pesados (como lã, casimira inglesa e veludo), era seguida à risca

A ampla reforma urbana propiciou a expansão do comércio lojista, particularmente na Rua do Ouvidor, onde se encontravam as lojas mais finas, que atendiam à nova elite do Rio.

Figura 1: Rio de Janeiro 1902



Fonte: rj.gov (acessado em 17/10/2020)

2.1 INÍCIO DA FREQUÊNCIA NAS PRAIAS DO RIO

Em meio a tal cenário de intensas transformações, o Rio foi ao encontro do mar. Aos poucos, grupos de frequentadores de praia começaram a se formar. A alta sociedade frequentava as praias de Botafogo, Flamengo e Urca, sempre bem cedo, para evitar o bronzeado, uma vez que a burguesia carioca queria manter a pele alva, para contrastar com a pele queimada de sol, indicativa de quem trabalhava ao ar livre e pertencia às classes mais baixas

Disitzer (2012) relata que não levou muito tempo até que as praias passassem a ser, além de espaço de lazer ao ar livre, também palco para a prática de esportes. A começar pelo remo. Mais tarde vieram as modalidades praticadas na areia, como frescobol, peteca, vôlei, por exemplo. No início dos anos 1900, a natação e o salto ornamental eram uma febre, tendo sido instalados até trampolins na orla, para quem quisesse experimentar o salto no mar.

Contudo, o espaço de lazer, agora ocupado de forma livre, passou, a partir de 1917, a ser regido por leis, definidas por decreto sancionado pelo então prefeito carioca



Amaro Cavalcanti (1917-1918), por entender que o espaço estava sendo ocupado de forma desordenada. Segundo relato Disitzer (2012,p.42) os artigos determinavam os horários permitidos para o banho de mar. Dentre as normas de uso incluíam-se horários predeterminados para o banho de mar e códigos para a vestimenta, chamando a atenção para a “necessária decência e compostura”. Quem infringisse a lei teria que pagar multa ou até ser preso”. Os frequentadores também estavam proibidos de falar alto nas areias. Tanto exagero acabou “morrendo na praia”, literalmente. A legislação não foi respeitada. “A essa altura, o carioca já tinha caído de amores pela praia. Não dava mais para “segurar a onda”

Segundo Disitzer (2012), a praia de Ipanema também já contava com um número de frequentadores, mas não tanto quanto a de Copacabana. O bairro, inicialmente denominado Villa Ipanema, começava a se desenvolver, graças a um decreto municipal que isentava os moradores de impostos, inicialmente por 5 anos e depois ampliado para dez. O crescimento do bairro teve seu ponto alto na década de 1930 , quando foi feito o saneamento básico e ocorreram diversas transformações, e continuou durante as décadas de 1940 e 1960.

A partir da segunda metade do século XX, a praia já tinha se firmado como espaço de diversão. O sol passou a ser um aliado.

Segundo Disitzer (2012), na orla, o clima era de festa, não só criado pelos cariocas *habitués*, mas também por turistas que chegavam ao Rio atraídos pelas belezas naturais e pela boa estrutura de serviços, garantida pelos verdadeiros hotéis balneários erguidos para as comemorações de cem anos de independência do Brasil (1922), evento organizado também com o intuito de ampliar a imagem global do Rio e do Brasil. Até voos comerciais foram inaugurados com destino ao Rio. Um ano depois surge um dos maiores ícones do turismo carioca, que contribuiu para transformar Copacabana em um pontos mais famosos do mundo: O hotel Copacabana Palace, criado nos moldes dos hotéis de Côte D’Azur, de Nice e de Cannes. A previsão da inauguração seria em 1922, mas as obras só foram concluídas no ano seguinte.

A praia já se configurava como um ponto de encontro de turmas de variados perfis, dependendo do trecho em que se reuniam. Gaspar (2004), cita uma reportagem



publicada pelo jornalista Paulo Nerey na revista Cruzeiro, em que ele compara Copacabana com Biarritz, a sofisticada cidade da costa francesa.

É a praia de Copacabana imensa, linda, alongando-se pelos seis postos de banhos que são outras tantas vitrines do mundo elegante. Ali, o que menos se faz é tomar banho de mar. Aquela gente toda, culta e fina, entende que o banho melhor é o da areia quente, causticante ao sol, ou o da brisa amena sob a sombra de variados chapéus de sol e bizarros refúgios. Podemos dizer que é a nossa Biarritz (1928)

O glamour do bairro, o calçadão em pedra portuguesa, o movimento nas praias e no calçadão, com desenho que sugeriam as ondas do mar, transformaram Copacabana no lugar ideal para se morar, um luxo. Estrelas de cinema, personalidades do meio financeiro e político escolhiam Copacabana para visitar, principalmente para conhecer a famosa praia. Segundo Lessa (2001,p.246):

Copacabana converte-se no ícone do moderno, do não colonial e da originalidade nacional. É a metrópole da roupa de banho, não do terno de casimira, sucessor da casaca de lã preta. O olhar do carioca ergue-se da praia e extasia-se com o Oceano Atlântico. Em Copacabana se está no melhor dos mundos

A partir dos anos 1940, a ocupação do bairro se acelerou fortemente. Centenas de prédios foram construídos, o vigoroso comércio e a imensa rede de serviços tornaram o bairro praticamente independente dos outros, quase uma cidade dentro da cidade. Mas, apesar dos problemas do bairro, que crescia desordenadamente, não havia programa mais atraente do que tomar um banho de mar em Copacabana. Aos domingos, as barracas multicoloridas ocupavam todo o espaço da praia, e uma multidão de banhistas disputava o menor espaço vago. Em 1946, a música “ Copacabana” é lançada, em homenagem ao bairro, e se torna um grande sucesso. Outras composições viriam, composições que tinham como principal referência os bairros da orla marítima. Segundo Farias (2015, p.134), sobre a composição mencionada“ Copacabana toma a forma de mulher. Copacabana, femininizada, é a “princesinha do mar”.

Mais tarde, já nos anos 1960, Ipanema sucede Copacabana e lança sua própria moda: o biquini.

Figura 2: Praia de Copacabana – Copacabana



Fonte: oriodeantigamente.blogspot (Acessado em 23/10/2020)

2.2 EVOLUÇÃO DAS ROUPAS DE BANHO

No início do século XX, de acordo com Márcia Disitzer, (2012 p.35)

o figurino usado para o mergulho obedecia aos rígidos códigos morais vigentes. Mostrar o corpo era atitude inimaginável. Os primeiros modelos de roupa de banho eram confeccionados em lã ou sarja. Para as mulheres, calças bufantes, estilo *bloomer* e, por cima, um blusão de mangas curtas. As peças eram bem folgadas, para atenuar as curvas femininas; na cabeça, toucas ou enormes chapéus de palha; nos pés, sapatos de lona com solado de corda. As cores usadas nas roupas de banho eram as mais sóbrias: azul-marinho ou preto. Um mínimo charme ficava por conta do debrum branco, tal qual uniformes de marinheiro

Na década de 1920, a moda já se fazia notar não apenas nos salões do Rio de Janeiro, como também nas praias. Já eram encontradas roupas de banho à venda no comércio. Como a influência da França continuava forte, tudo o que era tendência lá também o era no Brasil. A cada verão, o corpo vai sendo gradativamente despido. Pelo que nos narra Márcia Disitzer (2012, p.51)

na passarela carioca, por entre barracas espalhadas pelas areias, senhoritas e senhoras desfilavam trajando maiôs ou duas peças. Mas, atenção: nem de longe era algo que lembrasse o futuro biquini! Alguns eram compostos por calção e blusa, e outros por calção, uma espécie



de túnica e cinto que marcava a cintura. As toucas completavam o figurino, fazendo-as parecer verdadeiras nadadoras. Para os homens, macaquinhos decotados ou calções acompanhados por regatas bem cavadas, que deixavam os braços à mostra

Segundo Disitzer, nos anos 1930 e 1940, as mulheres passaram a adotar maiôs mais modernos, deixando de lado as famosas sainhas, cuja intenção era esconder as coxas. As roupas de banho ficaram mais soltas, informais. Decotes e alças cruzadas nas costas passaram a ser usados, explorando o charme feminino. O tecido usado ainda era algodão ou malha de lã. Posteriormente foi lançado o lastex, fios de borracha cobertos por outros fios, como algodão ou raiom. Algumas mulheres adotavam o estilo franzido, que modelava a silhueta. O surgimento do náilon, lançado em 1937, marcou o início da revolução têxtil, que causaria uma transformação na moda praia. Começam a ser vistos também os primeiros e discretos duas peças. Como complemento, as mulheres passaram a usar lenço na cabeça e óculos escuros, porque queriam ser confundidas com as estrelas de Hollywood. Como pano de fundo a emoldurar tal cenário, as barracas de praia ganharam cores mais vivas, compondo um desenho especial nas areias da Zona Sul carioca. No final dos anos 1940, o biquini foi criado. Seu criador, Louis Rénard, apresentou a novidade que, décadas depois, seria reinterpretada infinitamente. O modelo original, lançado em 1946, no verão parisiense, trazia a calcinha em forma triangular, deixando quadril e umbigo de fora. O nome remete ao atol de Biquini, no Oceano Pacífico, onde os americanos tinham feito testes atômicos. O biquini chega ao Rio na bagagem de Miriam Etz, alemã, moradora de Ipanema, que usou a peça pela primeira vez em público, no Arpoador, em 1948. A partir, então, dos anos 1940, Ipanema começa a crescer em importância. Disitzer relata (2012, pg 97):

A minúscula peça causou alvoroço. Era a ousadia em forma de roupa. O biquini não foi uma moda que pegou de imediato. Exigiu um tempo de maturação de ideais, de absorção de novos conceitos, de revisão de comportamentos. Antes que emplacasse de vez, foi precedido por maiôs feitos sob encomenda, modelados em cetim, algodão ou brocado, arrematados com elásticos. Os de duas peças traziam detalhes, estampas, franzidos, laços, babados e saíotes. Avançava-se nas cavas e nos decotes, sempre um passo de cada vez, sem pressa para mudar. O biquini teria seu tempo

Os anos 1950 foram denominados “anos dourados”. Nessa época, no Rio, eram muito populares os concursos de Miss Brasil, que lançou os maiôs Catalina, usado



pelas candidatas ao título. O duas peças já existia, conforme mencionado acima, discreto, mas já considerado ousado. Era o preferido das moças que frequentavam o Arpoador. Os maiôs sem alça foi uma moda que pegou nos anos 1950, bem como as “saias varandas”, que podiam ser retiradas. A partir dos anos 1950, então, a orla ficou consagrada como lançadora de moda.

Os anos 1960 marcam o surgimento do biquini, nas areias de Ipanema, bairro que já ditava a moda. As moças mais modernas logo aderiram à novidade. Ipanema já havia se tornado um ícone de praia, em particular em 1962, quando ficou internacionalmente conhecida através da música Garota de Ipanema. Segundo Farias (2015, p.135)

A palavra beleza parece sintetizar esse universo. E que beleza é essa? Que corpo de mulher é cantado? Trata-se da mulher queimada de sol, em movimento e em íntima relação com o entorno, o espaço natural do mar, da areia, do sol. O corpo dourado, agora literalmente cantado em prosa e verso, se torna a encarnação dessa zona sul livre, consumista e chique”. E o doce balanço a caminho do mar passa a ser a marca registrada do andar da carioca, lânguido, suave, sinuoso como os contornos da natureza que serve de cenário para a cidade. A mulher carioca representada nas fotografias, a modelo padrão, sugere um rebolado, uma ginga, uma alegria, um “algo mais”

Com o biquini, o corpo feminino fica ainda mais à mostra, o que provocou a reação do então presidente Jânio Quadros, que chegou a baixar um decreto proibindo o uso do biquini. Mas não surtiu efeito. Vários modelos foram lançados, com recortes, decotes e detalhes, além de novos modelos de maiô, como o “engana mamãe, assim denominado porque a peça, vista de frente, era um maiô, mas de costas era um biquini. Quanto à saída de praia, nos anos 1960 a moda era o pareô, precursor da canga que, a partir dos anos 1980, tornou-se o item preferido. Surgiram algumas modalidades com base no biquini, mas nem todas eram adotadas. Uma peça que não deu certo foi o monoquíni, lançado no final dos anos 1960. Em junho de 1962, a helanca ganhou destaque na confecção dos biquinis, mas outros tecidos também eram usados, como o algodão, o *jacquard*, a malha de algodão e o jérsei. E vários detalhes eram acrescentados ao biquini: babados, *laise*, bordado inglês, assim como estampas de bolinha, flores e xadrez. Quanto aos acessórios, em 62 a empresa Alpargatas lançou as sandálias havaianas, que vieram para ficar. Vale lembrar que o



segmento moda praia também inclui saídas de praia, sandálias, bolsas, óculos, bijuterias.

Na década de 1970, mais precisamente em 1971, foi instalado, na praia de Ipanema, próximo ao Arpoador, um píer, cuja finalidade era a instalação de um emissário submarino para lançar o esgoto da cidade em alto mar. Tal instalação provocou transformações no terreno, mudando o aspecto do mar, com o surgimento de boas ondas. Isso atraiu os surfistas. As areias colhidas pelos tratores formaram dunas, criando, inesperadamente, um ponto de encontro de uma turma assídua, dentre eles intelectuais, artistas, surfistas, poetas, jornalistas, hippies. Tais dunas foram apelidadas de “dunas do barato”, ou “dunas da Gal”. E tal ponto de encontro entrou para a história. Em torno do píer criou-se um “território livre” em pleno período da ditadura.

Nesse período, era comum ver na praia a moda hippie que se via nas ruas: saíões indianos, bolsas de couro a tiracolo. Segundo Disitzer (2012), o estilista Daniel Azulay, proprietário da Blue Man, referência em moda praia, pensando na juventude que tinha como palavra de ordem a liberdade, ávida por mudanças, criou o biquini feito de jeans. Mas tal tecido não tinha elasticidade, e foi preciso que ele pensasse em uma solução para isso. E a solução veio em forma de lacinhos. O sucesso foi total. Problema solucionado, o próximo passo foi o lançamento de biquinis com a estampa da bandeira americana, fazendo com que a moda praia carioca entrasse para o mercado internacional. Ainda com o foco na produção para exportação, na sequencia vieram as estampas de tucanos e papagaios, assim como estampas que reproduziam a obra de artistas brasileiros, como Tarsila do Amaral, Beatriz Milhazes, além de temas brasileiros, como as cores do maracatu, o cenário da Lapa e o *dégradé* do pôr do sol de Canoa Quebrada.

Em 1972, a estilista Inez Mynssen lança, com grande êxito, o biquini “cortinha”. Em 1974, foi lançado o biquini de crochê e tricô, assim como os modelos de lycra com o detalhe de conchas e búzios nas laterais, sendo esses últimos os preferidos. Segundo Disitzer (2012, p.205)

se um determinado tipo de biquini fazia sucesso no Rio, outras grandes cidades do país rapiamente tinham essa informação e estavam em dia com as listas de “ins e outs” da capital praiana. Boa parte dessa atualização era feita através das novelas daTv Globo. Esse tipo de



programação mobilizava uma audiência fenomenal, que recebia em primeira mão dados sobre o estilo de vida do carioca

Nos anos 1980, a estilista Lenny Niemeyer criou saídas de praia que podiam ser usadas por aqueles que gostavam de “emendar” após a praia, ir a um restaurante informal, ou a um bar, criando o conceito do pós-praia. Ela optou por tecidos de fibra natural, como algodão, seda e crepe georgette, substituindo os tecidos sintéticos, inadequados ao clima quente do Rio de Janeiro. Além disso, criou também estampas de flores grandes, obtendo sucesso no país e no exterior. Na área do comércio e serviços era preciso inovar, uma vez que o país passava por sobressaltos políticos e econômicos, com a inflação em alta e com a implantação, da noite para o dia, de um plano, denominado Plano Collor, nome do então presidente, que consistia no confisco de parte dos valores depositados em contas correntes e poupanças. O povo foi às ruas, em manifestação de protesto, que culminou no impeachment do presidente.

A partir do ano 2000, o grande diferencial, em relação à moda praia, fica por conta dos tecidos mais finos utilizados na confecção de maiôs e biquínis. A vantagem de tais tecidos é a secagem rápida e a possibilidade de compor dobraduras, franzidos, que acrescentam glamour às peças produzidas. Segundo Jacqueline de Biase, a estilista da Salinas, uma reconhecida marca carioca de biquínis, “é quase uma alta costura na praia”. É preciso também priorizar o conforto. A tendência é o novo sexy, com modelos de cintura mais alta e do tipo vintage. E o sutiã com bojo denota o desejo de valorizar os seios.

Em síntese, a partir dos anos 1970 a moda praia evoluiu, conquistando o mercado internacional. Isto se deve, sobretudo, ao alto investimento em matéria-prima, maquinaria e mão de obra especializada e, é claro, à criatividade dos estilistas, que sempre reinventam a peça de tão pouco pano. No exterior, o biquíni “made in Brazil” é considerado sinônimo de beleza e originalidade. Segundo Todeschini (2008, p.95):

Assim como no futebol, o Brasil conquistou, merecidamente, a fama de ser “craque” em moda praia”. Ainda no mesmo livro, ela acrescenta: “sobretudo a partir dos anos 2000, as brasileiras ganharam notoriedade no mercado mundial da moda, beleza personificada na modelo Gisele Bündchen, que é gaúcha, mas representa um ideal de mulher brasileira que ficou associado ao “gingado” da garota de Ipanema, ao glamour, ao leve bronzeado e, embora magra, às curvas levemente pronunciadas: “Hoje a moda praia ajuda a levar mundo afora um jeito

carioca de ser

Figura 3: Roupas de banho anos 20 **Figura 4:** Primeiro biquini por Luis Rernard



Fonte: uol.com.br (acessado em 25/10/2020)

2.3 O Lifestyle Carioca

No Brasil, é muito forte a cultura do corpo, especialmente nas cidades balneárias, como o Rio de Janeiro. Com base nesse aspecto, a tendência dos estilistas é criar peças que valorizem o bronzeado, as curvas, o gingado carioca.

Todeschini (2008, p.287) relata:

enquanto na França a produção da aparência é centrada na roupa, no Brasil é centrada no corpo. Se as francesas disfarçam as formas, as brasileiras as expõem, como instrumento de valorização ou ornamento (apud Stéphane Malysse, 2002, p 110)

Todeschini (2008, p.288) fala de “um corpo como objeto de arte por excelência, caracterizado pela exibição do corpo e pela obsessão cotidiana pelo esteticismo, como na maneira de se vestir, de se maquiar, de se olhar no espelho e de olhar o outro” (apud Henri-Pierre Jeudy, 2002, p.17). “As cariocas se integram à paisagem,



ajudando a construir a identidade de um povo que tem no corpo a sua marca”, relata Todeschini (2008). É como se os seguintes elementos estivessem integrados: corpos à mostra, um traje despojado e a cidade do Rio de Janeiro como cenário. As características de balneário, o cenário, o clima tropical, acabam por fazer com que as cariocas sejam classificadas como pessoas “despojadas”, “sensuais”, “desenvoltas”. A sensualidade, a sedução pelas formas e pelos movimentos são características atribuídas às cariocas. Até mesmo quem nunca esteve no Rio de Janeiro conhece o estilo de vida local. E isso se reflete no modo de se vestir. Virginia Todeschini prossegue: “Acredita-se que as roupas sensuais, reduzidas, despojadas, atribuídas ao estilo de se vestir da mulher carioca estejam relacionadas às próprias características da cidade do Rio de Janeiro”. Quer a carioca esteja na praia, ou em algum lugar ao ar livre, e considerando que o verão quase que se estende pelo ano todo, ela veste algo que deixe a barriga, a perna de fora, ou seja, a exposição do corpo é ponto elementar no cotidiano da carioca. Virginia Todeschini acrescenta:

Historicamente, as roupas sempre modelaram o corpo de acordo com os padrões vigentes, por meio de espartilhos, anquinhas, ombreiras e todo tipo de artifícios. Nos primórdios do Rio enquanto balneário, o pudor controlava a exposição dos corpos sob as roupas de banho no mar. Ao longo dos anos, com a inclusão da praia aos hábitos culturais locais, o vestuário próprio para o mergulho diminuiu e tomou o caminho inverso: das areias para o asfalto. No Rio, metrópole e balneário, a roupa de praia, a bermuda, o top e o chinelinho viraram uma espécie de uniforme da carioca

É uma moda mais leve, mais descompromissada. Gaspar (2004) incluiu um artigo publicado na revista O Cruzeiro, de dezembro de 1928, sobre transformações culturais e sociais provocadas pela transformação da cidade em balneário:

a carioca tem no vestuário a sua roupa de banho. A carioca adestrou-se a caminhar na areia com a mesma airosa elegância com que caminha no asfalto. A vida da praia está exercendo sobre ela uma influência que se faz sentir nas suas ideias e nos seus sentimentos, na sua compleição física e até moral. A praia, desviando para o convívio da natureza a população da cidade, a está poderosamente vitalizando e insuflando-lhe alegria.

Quais são, então, os elementos que compõem um estilo de moda carioca? Todeschini (2008, p.102) relata

Foram apontados, então, os seguintes elementos que fariam parte de um estilo de moda carioca: despojamento, descontração, leveza, sensualidade, preferência por tecidos mais leves e soltos, que se



adaptem ao movimento do corpo, que salientem suas curvas, ao próprio “gingado”, típico da mulher brasileira. O corpo da mulher brasileira em geral, e da carioca em particular, é curvilíneo. Em linhas gerais, podemos sintetizar esses elementos em três características definidoras do estilo carioca: a centralidade do corpo, a sensualidade e o despojamento no vestir

Ainda em resposta à questão acima, incluído em “Presença Carioca: Estudos sobre a Moda e a Estética Corporal na Cidade do Rio de Janeiro, de Virginia Todeschini Borges (2008) há um depoimento de Regina Martelli para “Entrevista”. Segundo Regina, “ é um estilo que tem tudo a ver com o Rio e que o carioca interpreta com originalidade. Um jeito despojado carioca de ser (Regina Martelli, Entrevista). É natural que você esteja com uma roupa mais despojada se emenda da praia para um outro local. O conforto, a pessoa valorizar o seu jeito de ser é o que a moda fala: “seja você”, “use o que você quiser”, “misture”. Valorizar o conforto está na onda, é uma tendência forte, ao lado de valorizar a sua personalidade. Mas o Rio de Janeiro tem esse jeito “desmontado” mesmo, despojado. Por ser uma cidade de praia, isso se acentua ainda mais.

Todeschini (2008) cita o comentário de Henry-Pierre Jeudy, estudioso da cultura contemporânea, em entrevista a O Globo: “no Brasil há sinais culturais muito próprios e vivos, que estão presentes na cidade, como um todo. Jeudy se refere aos sinais corporais, principalmente na rua: a forma de andar, o gestual, a atitude, a expressão. E Virginia conclui: “Assim, o corpo e a cidade são ambos protagonistas e cenário, a exemplo da geografia dos corpos que é sempre comparada à geografia das cidades e vice-versa: cheia de curvas. Ao cenário idílico, que privilegia as belezas naturais da cidade, une-se uma carioca sensual, bronzeada, que porta roupas leves que deixam o corpo à mostra, e mais: sugerindo uma ginga, uma alegria”. Como muito bem retratado na composição de Tom e Vinicius: “Ela é carioca, ela é carioca, basta o jeitinho dela andar”.

Em referência a um estilo de moda carioca, que “ no fundo é um “espírito carioca” que se traduz em um “jeito carioca”. Nesse sentido, o estilo é que dá fundamento às coisas. As praias, as lagoas, o mar, as curvas das montanhas, o samba no pé, a ginga, o balanço da garota a caminho do mar, os sons, as músicas, o calor, o verão são características e representações que não reduzem apenas a imagens

clichê e estereótipos, mas se apresentam como pano de fundo que inspira uma moda de acordo com o que vivemos na cidade.

Figura 5: Carioca jogando altinha na praia



Fonte: <https://blogdomariomagalhaes.blogosfera.uol.com.br/> (acessado em 8/12/2020)

3 RIO

Figura 6: Logo da marca



A partir da pesquisa apresentada foi desenvolvida a coleção Rio que tem como referência, o Rio de Janeiro, e é inspirada nas belezas naturais da cidade e associada às curvas e ao balanço no andar da mulher carioca. A carioca tem em seu DNA o *lifestyle* praiano. Portanto, a ideia da nossa coleção é trazer a junção da praia e dos pós praia. Desse modo, a versatilidade dos *looks* consiste em poder ser usados nesses dois momentos.

Figura 7: Desenhos da coleção.



Fonte: Da autora

Essa coleção foi desenvolvida pela marca Følsom (figura 7) que busca a integração ao padrão de moda sustentável, a Følsom é uma marca que mistura diversos estilos, tais como *beach wear* e *street wear*. Nós produzimos peças que trazem conforto e atitude para as nossas clientes. São peças que podem ser usadas tanto na praia quanto nos pós praia, em eventos como *happy hour* e jantares. Queremos adicionar versatilidade, sensualidade e feminilidade à vida das pessoas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito desta pesquisa foi buscar o entendimento sobre o lifestyle carioca. Para tanto, foram feitas consultas principalmente a artigos acadêmicos já publicados, que tratavam de tema semelhante. A conclusão foi que o estilo da moda carioca é considerado despojado, descontraído, leve, fruto do próprio estilo de vida do carioca. É um estilo que sabe mesclar as últimas tendências em moda com as características da cidade, sobretudo sua localização à beira-mar, e o comportamento que emerge das ruas, um estilo que assume características próprias e, ao mesmo tempo, exporta



essa “marca” para outras localidades, uma vez que o Rio é polo difusor de moda e estilo.

REFERÊNCIAS

BRAGA GASPAR, Cláudia. **Orla Carioca - História e Cultura**. Rio de Janeiro. Metalivros. 2004.

DISITZER, Márcia. **Um Mergulho no Rio. 100 anos de Moda e Comportamento na Praia Carioca**. Rio de Janeiro. Casa da Palavra. 2012.

FARIAS, Patrícia. **A Praia Carioca, da colônia aos anos 90: uma (s) história (s)**. Rio de Janeiro. 2015. Capítulo extraído de tese de doutorado para o Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais – IFCS/UFRJ.

LESSA, Carlos. **O Rio de todos os Brasis**. Rio de Janeiro. Editora Record. 2001.

MELO PEREIRA DA COSTA, Luís Edmundo. **O Rio de Janeiro do Meu Tempo**. Brasília. Livraria do Senado.2003.

PEREIRA GOMES, Sônia. **A Reforma Urbana de Pereira Passos e a Construção da Identidade Carioca**. Rio de Janeiro. Tese de doutorado em Comunicação e Cultura – Escola de Comunicação/UFRJ. 1998.

TODESCHINI BORGES, Virgínia. **Presença Carioca- Estudos sobre a Moda e a Estética Corporal na Cidade do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro. Tese de doutorado. Programa de Pós-graduação da Capes – UFRJ/Artes Visuais. 2008.



UniAcademia
Centro Universitário
