



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Centro de Tecnologia e Ciências
Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI

Giselle Barreto Martins

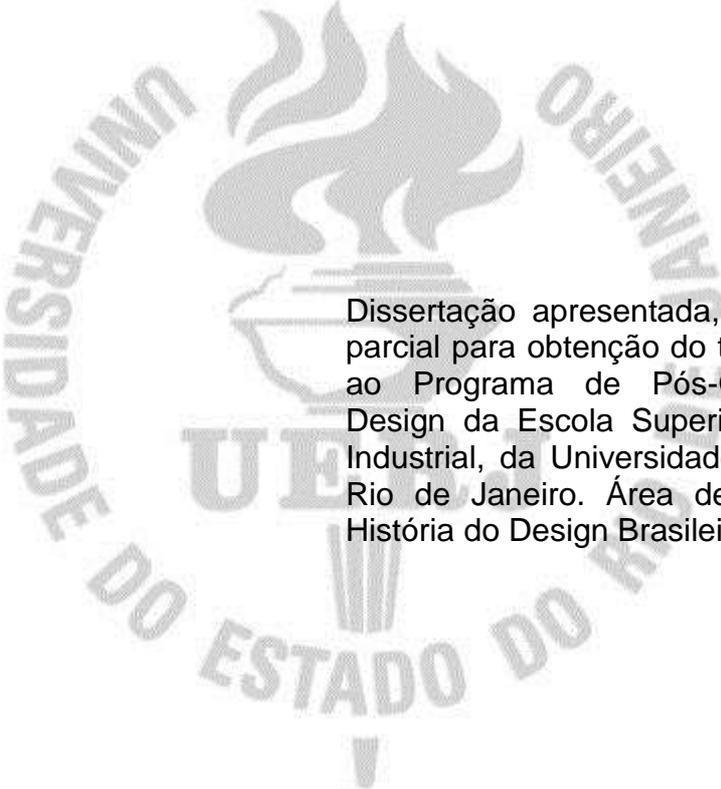
**Antes do biquíni: evolução da roupa de banho feminina
no Rio de Janeiro sob a perspectiva do design (1808 a 1946)**

Rio de Janeiro

2016

Giselle Barreto Martins

**Antes do biquíni: evolução da roupa de banho feminina
no Rio de Janeiro sob a perspectiva do design (1808 a 1946)**



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: História do Design Brasileiro.

Orientador : Prof. PhD Guilherme Cunha Lima

Coorientadora: Prof.^a Dra. Maria do Carmo Teixeira Rainho

Rio de Janeiro

2016

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CTC/G

M386 Martins, Giselle Barreto
 Antes do biquíni: evolução da roupa de banho feminina no Rio de Janeiro sob a perspectiva do design (1808-1946) / Giselle Barreto Martins. - 2016.
 251p. : il.
 Orientador: Guilherme Silva da Cunha Lima.
 Coorientadora: Maria do Carmo Teixeira Rainho
 Dissertação (Mestrado). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial.

 1. Moda praia - Teses. 2. Moda - História - Teses. 3. Moda – Rio de Janeiro - Teses. I. Lima, Guilherme Silva Cunha. II. Rainho, Maria do Carmo Teixeira. III. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Escola Superior de Desenho Industrial. I. Título.

CDU 391

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Giselle Barreto Martins

**Antes do biquíni: evolução da roupa de banho feminina
no Rio de Janeiro sob a perspectiva do design (1808 a 1946)**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Design, da Escola Superior de Desenho Industrial, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: História do Design Brasileiro.

Aprovada em 29 de março de 2016.

Banca examinadora:

Prof. PhD Guilherme Silva da Cunha Lima (Orientador)
Escola Superior de Desenho Industrial – UERJ

Prof.^a Dra. Maria do Carmo Teixeira Rainho (Coorientadora)
Arquivo Nacional

Prof.^a Dra. Ligia Maria Sampaio de Medeiros
Escola Superior de Desenho Industrial – UERJ

Prof.^a Dra. Adriana Sampaio Leite
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro

2016

Vossos trajes ocultam muito de vossa beleza,
porém não escondem o que não é belo.
Embora procureis nos trajes a proteção libertadora de vossa intimidade,
neles podeis encontrar arreios e cadeias.
Pudésseis enfrentar o sol e o vento com mais epiderme e menos roupa;
Pois o sopro da vida está na luz do sol e a mão da vida está no vento.

Gibran Khalil Gibran

RESUMO

MARTINS, Giselle Barreto. *Antes do biquíni: evolução da roupa de banho feminina no Rio de Janeiro sob a perspectiva do design (1808-1946)*. 2016. 251f. Dissertação (Mestrado em Design) — Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

Este trabalho trata da evolução da roupa de banho feminina na cidade do Rio de Janeiro sob a perspectiva do design, com ênfase em aspectos da cultura e da tecnologia têxtil das fibras elastoméricas, considerando suas implicações para o desenvolvimento destas peças de vestuário. Para isso, foram utilizadas técnicas de revisão bibliográfica, análise de fotografias e, principalmente, de periódicos de época, em sua maioria, disponíveis na hemeroteca digital do site da Biblioteca Nacional. O Brasil é o maior mercado consumidor de moda praia do mundo e sua demanda interna é quase totalmente atendida pela industrial nacional. A opção por abordar o traje de banho feminino se baseia na representatividade deste público no conjunto do mercado consumidor. O período de tempo analisado inicia em 1808, ano em que a família real portuguesa se instala no Rio de Janeiro, impulsionando a difusão da moda e da prática do banho de mar terapêutico na cidade, e se encerra em 1946, ano em que o biquíni é lançado na França. A circunscrição ao território do Rio de Janeiro se apoia em dois fatores: a relevância política, econômica e cultural da cidade para o país e sua identidade cultural, marcadamente cosmopolita e praiana, simbolizada pela Zona Sul carioca. As mudanças observadas resultam de aspectos culturais e relativos à evolução da tecnologia têxtil, em especial daqueles que influenciaram a redução das roupas de banho e o aumento de sua elasticidade e aderência ao corpo. Este estudo contribui para preencher uma lacuna em pesquisas sobre as características de um mercado tão significativo no Brasil.

Palavras-chave: Moda Praia. História da Moda. Moda no Rio de Janeiro.

História dos Têxteis. Fibras Elastoméricas.

ABSTRACT

MARTINS, Giselle Barreto. *Before bikini: women's bathing suit evolution in Rio de Janeiro under design perspective (1808-1946)*. 2016. 251f. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

This work gets down the women's bathing suit evolution in the city of Rio de Janeiro from perspective of design, with emphasis on aspects of culture and textile technology, considering their implications for the development of these garments. The used technics were literature review, photo and, especially, analysis of digitalized newspapers and magazines from National Library of Brazil site. Brazil is the world's largest beachwear consumer market and supplies almost all of the domestic demand. The decision to approach the female bathing suit is based in the representativeness of this public in this consumer market. The time period analyzed is from 1808, when the Portuguese royal family settle down at Rio de Janeiro, what stimulate the spread of fashion and sea bathing therapy, and conclude in 1946, when the bikini is launched in France. Despite the strong cultural components, the changes observed in it fashion are also fruit of the textile technology evolution, especially those related to the elastomeric fibers, that allowed the creation of more adherent styles. This research circumscription to the Rio de Janeiro territory is based on two factors: the political, economical and cultural relevance of the city to the country and its cultural identity, markedly a cosmopolitan seaside, symbolized by the South Zone of Rio. The observed changes results from cultural and textile technological aspects, principally from those that influenced the bathing suit reduction and the increase of its elasticity and adherence to the body. This study contributes to fill a gap in research about so relevant market in Brazil.

Keywords: Beachwear. Fashion history. Rio de Janeiro Fashion. Textile History.

Elastomeric Fibres.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	– Biquíni <i>Salinas</i> na revista <i>Sports Illustrated</i> , EUA, 1997	28
Figura 2	– El Bañuelo, banhos árabes em Granada, Espanha, século XI.....	47
Figura 3	– Imagem da Vila de Spa, em <i>Topographia Westphaliae</i> , 1647	48
Figura 4	– Casa de banho por Master of Anthony of Burgundy, c. 1470.....	48
Figura 5	– Banhos romanos da cidade de Bath, no Reino Unido	50
Figura 6	– Fronstipicios dos livros <i>Anatomia da melancolia</i> , de Robert Burton, 1621, e <i>História do banho frio</i> , de John Floyer, ed. 5, 1722	51
Figura 7	– Fotocromo do <i>Grand Hotel</i> , Scarborough, Inglaterra, c. 1890.....	52
Figura 8	– Dois tipos de <i>bathing machines</i>	53
Figura 9	– Modos de vestir no Brasil do século XVIII	56
Figura 10	– Trajes femininos do Brasil no século XVIII	58
Figura 11	– Anúncio da barca de banhos na <i>Gazeta do Rio de Janeiro</i> , 1811	60
Figura 12	– Anúncio de casa própria para banhos de mar, 1812	61
Figura 13	– Tigres lançando dejetos na praia de Dom Manoel, 1861.....	63
Figura 14	– Banhos terapêuticos, 1874.....	64
Figura 15	– Casa de Banho de D. João VI na Praia do Caju 385	67
Figura 16	– Seção <i>Banhos</i> na primeira edição do <i>Almanak Laemmert</i> , 1844	69
Figura 17	– Anúncio da <i>Barca de Banhos</i> , 1856	70
Figura 18	– Anúncio da <i>Casa de Saúde</i> do Dr. Eiras, 1872.....	71
Figura 19	– Vista do edifício número 1 da rua Fresca, c. 1850.....	72
Figura 20	– Anúncio da <i>Casa de Saúde dos Drs. Catta-Preta, Marinho e</i> <i>Werneck</i> , 1882	72
Figura 21	– Anúncios de estabelecimentos de ensino com facilidades para banhos de mar.....	73
Figura 22	– Anúncio do estabelecimento <i>Banhos de Mar Flamengo</i> , 1882	75
Figura 23	– Anúncio do estabelecimento de banhos de mar <i>High-Life</i> , 1885.....	75
Figura 24	– Uma casa de banhos de mar da rua de Santa Luzia, 1907.....	76
Figura 25	– Rua de Santa Luzia com suas casas de banhos de mar e clubes de remo, 1907	76
Figura 26	– O interior de uma casa de banhos da praia de Santa Luzia, 1915	77

Figura 27 – Cabines de uma casa de banhos de Santa Luzia, 1915.....	77
Figura 28 – Anúncio do <i>Hotel Freitas</i> , 1891	81
Figura 29 – Anúncio do <i>Grande Hotel Guanabara</i> , 1901.....	82
Figura 30 – Anúncio do <i>Hotel dos Estrangeiros</i> , 1903	82
Figura 31 – Anúncio da Pensão Copacabana, 1911	82
Figura 32 – Anúncio do <i>Hotel Central</i> , 1918	83
Figura 33 – Detalhe do mapa <i>Plain de la Baie de Rio de Janeiro</i> , 1816-1831	85
Figura 34 – Exemplos de roupas usadas no banho na pintura europeia dos séculos XVII e XVIII.....	88
Figura 35 – Os primeiros trajes de banho na gravura <i>Sereias de Brighton</i>	89
Figuras 36 – Evolução dos trajes de banho de mar femininos, Estados Unidos, século XIX.....	92
Figura 37 – Charge do periódico <i>A Semana Ilustrada</i> , 1868	93
Figura 38 – Primeiras publicações femininas editadas no Rio de Janeiro,	95
Figura 39 – Traje para ir aos banhos pela manhã, 1853	96
Figura 40 – O jornal alemão <i>Die Modenwelt</i> e <i>A Estação</i> , sua versão	98
Figura 41 – Coluna <i>Chronica da Moda</i> sobre roupas para banho de mar, 1880.....	100
Figura 42 – Banho de mar na praia de Santa Luzia, 1915.....	102
Figura 43 – Roupas e acessórios para banhos de mar, 1880.....	105
Figura 44 – Roupas e acessórios para banhos de mar, 1881	106
Figura 45 – Roupas e acessórios para banhos de mar, 1902	107
Figura 46 – Folha de moldes do jornal de modas <i>A Estação</i> , 1880.....	108
Figura 47 – Anúncio do estabelecimento <i>Au Gagne Petit</i> , 1879.....	112
Figura 48 – Anúncio da <i>Camisaria Americana</i> , 1901	112
Figura 49 – Anúncio do empório <i>Barbosa & C.</i> , 1900	112
Figura 50 – Anúncios de roupas de banho do magazine <i>Parc Royal</i>	114
Figura 51 – Grupo de banhistas em Copacabana, 1918	115
Figura 52 – Mapa das obras de melhoramentos do porto, c. 1903	118
Figura 53 – A construção da Avenida Central, 1903-1906	119
Figura 54 – Mapa do litoral carioca, da ponta do Caju à Urca (detalhe)	120

Figura 55 – Postal da Avenida Beira-Mar, trecho do Flamengo, c.1905	121
Figura 56 – Ponte presidencial do Palácio do Catete no Flamengo, 1902	122
Figura 57 – Avenida Beira-Mar e pavilhão de regatas em Botafogo, c. 1903	122
Figura 58 – Postal com vista de Copacabana, c. 1905	123
Figura 59 – Flagrantes do banho de mar no Flamengo, 1911 a 1919	126
Figura 60 – <i>A tragédia de Copacabana</i> , 1911	127
Figura 61 – Anúncio do hotel <i>Copacabana Palace</i> , 1923	128
Figura 62 – Praia vista do terraço do hotel <i>Copacabana Palace</i> , 1935	128
Figura 63 – Banhistas e banho de mar pelo olhar de J. Carlos, anos 1920	129
Figura 64 – A praia e o maiô tomam conta da publicidade nos anos 1930	130
Figura 65 – Primeira página do jornal <i>Beira-Mar</i> de 20 jul. 1924	131
Figura 66 – Charge de Storni sobre a diminuição das roupas de banho, 1930	136
Figura 67 – Charge de Storni sobre o controle policial sobre a roupa na praia, 1931	138
Figura 68 – Charge sobre roupa de banho colante, 1903	141
Figura 69 – Figurinos e fotos de roupas para banhos de mar, 1917-1918	142
Figura 70 – Comparativo entre roupas para o dia-a-dia e esporte, antes e depois da 1ª Guerra (1914-1918)	143
Figura 71 – Maiô da marca norte-americana <i>Jantzen</i> , c. 1918	145
Figura 72 – Modelos de maiô do estilista francês Jean Patou, anos 1920.....	146
Figura 73 – Figurinos de Chanel para o ballet <i>Le Train Bleu</i> , do Ballets Russes, 1924	146
Figura 74 – Anúncio da <i>Casa Sportsman</i> , 1922	147
Figura 75 – Anúncio da <i>Casa Colombo</i> , 1922	148
Figura 76 – O maiô e o traje de banho tradicional dividem atenções, 1924.....	150
Figura 77 – Charge de Fritz ironizando o comportamento feminino na praia, 1926 ..	151
Figura 78 – Maiô: o novo uniforme feminino na praia, 1928	154
Figura 79 – Lenços de cabeça para a praia, 1928	154
Figura 80 – Diferentes adereços de cabeça para a praia, 1928.....	155
Figura 81 – Maiôs de tecidos variados, 1928.....	156
Figura 82 – Saídas de praia, guarda-sol e barracas, 1928	157
Figura 83 – O decote do maiô acompanha os vestidos de noite, anos 1930.....	162
Figura 84 – Figurinos com <i>ensembles de plage</i> , 1930.....	163
Figura 85 – Moças de maiô no café O.K. e no calçadão, Copacabana, 1936	164

Figura 86	– Sereia de Copacabana cavando o maiô para se bronzear melhor, 1937	166
Figura 87	– Maiôs frente-única e os novos <i>maillots-soutien</i> , 1939.....	167
Figura 88	– A moda dos maiôs estampados de malha <i>jersey</i> , 1938	168
Figura 89	– Estrelas de Hollywood divulgam a moda esporte, 1943	170
Figura 90	– Maiôs com <i>Lastex</i> , anos 1930-1940	171
Figura 91	– Anúncio da <i>Camisaria Progresso</i> , 1936	173
Figura 92	– Reportagem sobre a inauguração da <i>Casa Spander</i> , 1922	175
Figura 93	– Anúncio de maiôs <i>O Camizeiro</i> , 1926, e <i>Luvária Gomes</i> , 1939	177
Figura 94	– Anúncio dos maiôs <i>Vencedor</i> , 1936	179
Figura 95	– Anúncio dos maiôs <i>Jantzen</i> , 1938	180
Figura 96	– Estande da <i>Malharia Felgros</i> na <i>Feira de Amostras</i> , RJ, 1929	182
Figura 97	– Padrão de construção da meia-malha ou jersey	187
Figura 98	– O trabalho com a borracha vulcanizada na calandra, 1918	197
Figura 99	– Revestimento duplo do fio de <i>Lastex®</i>	198
Figura 100	– Anúncios de maiôs com <i>Lastex®</i> da marca norte-americana..... <i>Jantzen</i> , anos 1930 e 1940	201
Figura 101	– Comunicado sobre o uso indevido da marca <i>Lastex®</i> , 1934	204
Figura 102	– Anúncios de maiôs de tecido <i>Lastex®</i> , anos 1930.....	206
Figura 103	– O maiô de <i>Lastex</i> vestindo as estrelas de cinema, anos 1940	208
Figura 104	– Micheline Bernardine com o biquíni criado por Louis Réard, lançado em 5 julho 1946	214
Figura 105	– Francesas se bronzeando, por Ralph Morse, 1945	215

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	– Lista das principais empresas exportadoras de moda praia do Estado do Rio de Janeiro entre 2014 e 2015	33
Quadro 2	– Lista das casas de banhos de mar, 1844 a 1915.....	74
Quadro 3	– Lista dos hotéis próximos aos banhos de mar, 1844 a 1915.....	81
Quadro 4	– Lista de peças femininas de <i>A Estação</i> para uso DURANTE o banho de mar	103
Quadro 5	– Lista de peças femininas de <i>A Estação</i> para uso DEPOIS do banho de mar	104
Quadro 6	– Lista de fábricas de roupas de banho anunciantes do <i>Almanak Laemmert</i>	111
Quadro 7	– Lista de casas que comercializavam e/ou fabricavam maiôs no Rio de Janeiro, anos 1920 a 1940	172
Quadro 8	– Listas de marcas de roupas e acessórios de banho estrangeiras com e/ou licenciamento para fabricação no Brasil	180
Quadro 9	– Lista de marcas nacionais com representação e/ou licenciamento no Brasil	183
Quadro 10	– Lista dos estabelecimentos que vendiam tecidos e aviamentos importados da marca <i>Lastex</i>	183
Quadro 11	– Produção de borracha na Amazônia, 1827-1860	194
Quadro 12	– Comparativo de preços de maiôs com <i>Lastex</i>	210
Quadro 13	– Costureiras domésticas que faziam maiôs de <i>Lastex</i> sob-medida	211

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	27
1	FORMAÇÃO DA CULTURA PRAIANA CARIOCA	45
1.1	A origem dos banhos de mar	46
1.2	Brasil: três séculos de corpo, banho e higiene (1500-1808)	55
1.3	Nas águas da Guanabara: entre a saúde e o prazer (1808-1902)	59
2	OS PRIMEIROS TRAJES DE BANHO DE MAR FEMININOS	87
2.1	Corpo, pudor e roupas de banho	87
2.2	A influência dos periódicos de moda	94
2.3	Pioneiros da moda praia carioca	109
3	A PRAIA COMO ESPAÇO DE MODA E LAZER	117
3.1	Do Centro à Zona Sul: as reformas urbanas e o novo litoral (1902-1922)	117
3.2	Copacabana: a consagração do corpo moreno e esportivo (1922-1946)	129
4	A ADOÇÃO DO MAIÔ	141
4.1	Moda, desnudamento e aderência	141
4.2	A conquista do Rio de Janeiro	145
4.3	A influência de Hollywood	158
4.4	Marcas, fabricantes e estabelecimentos comerciais	161
5	TECNOLOGIA TÊXTIL E INOVAÇÃO NA ROUPA DE PRAIA	185
5.1	A meia-malha ou jersey de lã	185
5.2	Os primeiros fios têxteis elastoméricos	188
5.2.1	<u>Introdução aos fios têxteis elastoméricos</u>	188
5.2.2	<u>A borracha natural da Amazônia</u>	192
5.2.3	<u>Da borracha natural ao Lastex®</u>	196
5.2.4	<u>O Lastex® no Brasil</u>	203
6	O PRIMEIRO BIQUÍNI (1946)	213
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	219
	REFERÊNCIAS	227

INTRODUÇÃO

O Rio de Janeiro é hoje o maior mercado mundial de moda praia (AGÊNCIA HÉLICE, 2016) e considerado referência internacional para o segmento. Entre outros fatores, contribuem para isso o estilo de vida praiano, característico da Zona Sul da cidade, e as roupas de banho usadas pelos cariocas, principalmente os biquínis, consagrados pela originalidade de sua forma, estamparia e colorido. Assim, não é de se admirar, que o número de pesquisas acadêmicas sobre o tema venha crescendo. Em linhas gerais, a maioria desses trabalhos trata da moda praia sob um panorama contemporâneo ou décadas mais recentes, geralmente a partir da década de 1950, quando o uso do biquíni começou a se difundir e ganhar espaço nas praias do Rio de Janeiro e do Brasil.

Até onde se sabe, o banho de mar como atividade respeitável e salutar sob o ponto-de-vista da elite foi introduzido no Rio de Janeiro no início do século XIX, a partir da chegada da família real portuguesa em 1808. Assim como o uso de roupas específicas para esse fim. No entanto, até meados do século XX, há pouca informação a respeito das influências locais sobre esse tipo de indumentária ou de como sua fabricação se converteu em uma indústria, principalmente sob a perspectiva do campo do Design. Tendo isso em vista, foi desenvolvido este trabalho, que trata da evolução da roupa de banho feminina no Rio de Janeiro de 1808 a 1946. Encerrando-se aí por ser este o ano de lançamento do biquíni, uma criação francesa (como as linhas gerais para a moda feminina nos últimos cem anos), mas que nas décadas subsequentes se transformaria no traje de banho mais popular e emblemático das praias cariocas.

Tendo isso em vista, e longe de esgotar as possibilidades de investigação sobre o tema, este trabalho busca ampliar as possibilidades de pesquisa sobre a moda praia carioca e brasileira. Desse modo, será possível compreender mais sobre sua origem e as razões de seu êxito atual, visando perpetuá-lo.

Como surgiu o interesse pelo tema

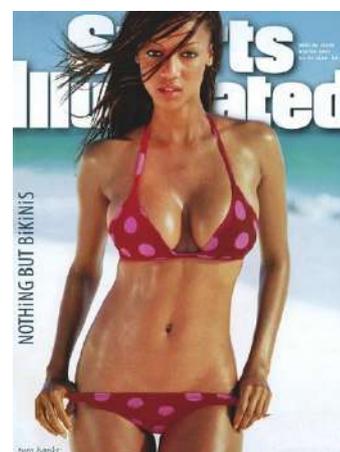
Meu interesse pelo estudo da moda praia sob a perspectiva do Design começou em 1997, quando comecei a trabalhar como assistente de estilo na empresa carioca Salinas. Em paralelo, estudava Desenho Industrial na PUC-Rio e estava às voltas com

o projeto final de graduação, desejando pesquisar um produto cujo design tivesse forte identidade com a cultura brasileira.

Criada em 1982 por Jaqueline e Tunico De Biase, a Salinas, era (e ainda é) considerada uma das principais marcas brasileiras de moda praia e seus desfiles fazem parte do calendário da moda brasileira. A empresa possui cerca de 400 funcionários, 43 lojas nos melhores pontos do Rio de Janeiro, São Paulo e principais capitais brasileiras. Além disso, está presente em 300 multimarcas no país e possui um site de vendas bem estruturado. Em relação às exportações, Estados Unidos, França, Japão, Rússia, Alemanha, Portugal, Espanha e Grécia são alguns dos mais de 20 países para onde a marca exporta suas criações, que também podem ser encontradas em grandes redes internacionais, como *Barney's NY*, *Moda Operandi*, *Intermix*, *El Corte Inglés* e *Le Bon Marché* (SALINAS, 2016). Em 2010, a Salinas passou a integrar o portfólio de grifes do grupo de moda e *lifestyle* Inbrands, que reúne em seu portfólio outras marcas de sucesso, como Richard's, Ellus, Herchcovitch;Alexandre, Tommy Hilfiger, entre outras (INBRANDS, 2016).

Na época em que trabalhei lá, a Salinas implementava uma estratégia de expansão internacional, focando principalmente nos Estados Unidos, mercado onde havia surgido uma demanda por produtos da marca. Isso aconteceu graças à edição anual de biquínis de 1997 da revista norte-americana *Sports Illustrated*, onde vários produtos Salinas foram publicados, inclusive na foto de capa (Figura 1). Esta publicação, dedicada aos esportes, lança anualmente, desde 1964, por volta do mês de fevereiro, um número especial com ensaios fotográficos de *top models* trajando biquínis. Essa edição, muito aguardada pela imprensa e pelo mercado de moda praia norte-americano, é considerada um termômetro do que será novidade no verão e, ao mesmo tempo, uma importante vitrine para as marcas do segmento (RUBIM, 2004, p. 71-72). Naquele ano, o número especial do periódico teve uma tiragem de 2,5 milhões de exemplares, sem contar com as versões internacionais da edição. Além disso, sua capa foi considerada histórica, pois foi a primeira da *Sports Illustrated* a ser estrelada por uma mulher negra, a modelo Tyra Banks (IMDB, 2014).

Figura 1 – Biquíni Salinas na capa da revista *Sports Illustrated*, EUA, 1997.



Fonte: Sports Illustrated, 1997.

Graças à repercussão obtida com a *Sports Illustrated*, tradicionais lojas de departamento dos Estados Unidos, como *Bloomingdale's* e *Macy's*, além da cadeia de lojas de lingerie *Victoria's Secret*,¹ tiveram interesse na comercialização dos biquínis da Salinas. Eles também ganharam espaço nos editoriais de moda de outras publicações de moda e comportamento, como *Vogue* e *Seventeen*. Ao mesmo tempo, essa abertura do mercado norte-americano impulsionou uma maior profissionalização do sistema de exportação da Salinas, tanto para a Europa, que já acontecia há alguns anos, especialmente para Portugal, quanto para novos países, como o Japão, considerado um dos mercados mais exigentes do mundo.

Ao acompanhar esse processo, pude perceber que havia uma grande diferença entre os produtos de moda praia exportados pela Salinas e os de outras marcas brasileiras do ramo. Ao invés de seu design ser adaptado aos padrões norte-americanos, ele se mantinha fiel ao estilo brasileiro, caracterizado especialmente por peças de dimensões reduzidas e mais aderentes ao corpo. Além disso, a Salinas não atuava como confeccionista para esses clientes estrangeiros. Seus produtos eram divulgados e comercializados mantendo sua marca e seu design, fato que evidenciava o prestígio e o reconhecimento internacional da empresa, ao mesmo tempo que, no mercado interno, mostrava que a moda brasileira tinha potencial para expandir suas fronteiras. A partir de então, ficou clara a relevância da moda praia brasileira como objeto de pesquisa para uma designer.

O fato da modelagem das peças exportadas não sofrer alteração, ao contrário, ser valorizada pelos consumidores, também contrariava a tendência geral do mercado de moda nacional, o qual costuma prestigiar (e copiar) o design desenvolvido pelos tradicionais centros criadores e difusores de moda. Tais constatações me estimularam a pesquisar sobre a história do traje de banho em nosso país, principalmente do biquíni, para compreender como se deu a evolução local de seu design.

Já nessa época, notei que a maior parte da bibliografia disponível sobre moda praia provinha de países como Estados Unidos, Inglaterra e França. O conteúdo nacional se limitava a alguns poucos artigos publicados por revistas de moda e de variedades, tampouco haviam livros específicos sobre a moda praia carioca e brasileira. Segundo estes, durante a maior parte do século XX, predominava entre as brasileiras uma postura mais conservadora em relação aos trajes de banho, acompanhando a evolução das

¹ A *Victoria's Secret* é referência internacional para o mercado de lingerie e também comercializa artigos de moda praia.

modas internacionais para praia com certa defasagem e tomando como referências principais a moda francesa e norte-americana. As estrangeiras, sobretudo às francesas, eram vistas como muito ousadas quanto à exposição do corpo nas praias. Um exemplo notável era a atriz Brigitte Bardot, que se consagrou como símbolo sexual das décadas de 1950 e 1960, que aparecia em seus filmes trajando biquínis bem arrojados.

Nessas matérias, inovações locais surgem apenas a partir dos anos 1970, com a tanga, um tipo de calcinha de biquíni bem mais cavada que a usual e cujo nome faz alusão ao pequeno traje franjado ou em formato de concha usado pelos primeiros habitantes das terra brasileiras para cobrir os órgãos genitais.

A popularidade adquirida pela tanga mostrou que, na praia, a brasileira não mais se limitava a reproduzir padrões de vestuário provenientes dos tradicionais centros da moda mundial, fenômeno que atraiu a atenção internacional e abriu as primeiras portas desse mercado para moda praia nacional. Ao longo das décadas seguintes houve um crescimento e um amadurecimento do setor no Brasil, que hoje domina o mercado interno (AGÊNCIA HÉLICE, 2012) e tem marcas capazes de competir com nomes consagrados da moda praia internacional.

Estimulada por essas constatações, surgiu a ideia de reunir as informações obtidas em um texto e apresentá-lo sob a forma de livro como resultado de meu projeto de final de graduação. Optei por abordar a evolução do traje de banho feminino no Rio de Janeiro, pois a cidade tem forte tradição como lançadora de modas para todo o país e se destaca no segmento de moda praia. Desde então, meu interesse pelo tema se manteve, tanto que continuei recolhendo informações e materiais, o que contribuiu para que o explorasse novamente nesta dissertação, agora sob outro enfoque.

Por fim, é importante destacar que este trabalho integra a linha de pesquisa de História do Design Brasileiro e que a relevância do resgate histórico dos primórdios da moda praia nacional se justifica, em grande parte, por seu desempenho exitoso presente. Daí ser necessário apresentar primeiro um panorama recente desse mercado, enfocando tanto o Rio de Janeiro quanto o Brasil, o que será visto a seguir.

Um olhar sobre o mercado de moda praia carioca e brasileiro

O período que separa meu trabalho de graduação desta dissertação foi

mercado por grandes mudanças no mercado brasileiro de moda como um todo. Operou-se sua profissionalização, com a abertura de mais de 140 cursos superiores de moda no país e sua inserção no calendário da moda internacional (AGUIAR, 2015, p. 255). A abertura comercial às importações no início da década de 1990, promoveu a entrada de muitos produtos têxteis e de vestuário, principalmente artigos fabricados na Ásia. Seus preços, muito abaixo daqueles praticados pelos fornecedores nacionais, contribuíram para um crescimento expressivo das importações, o que desestabilizou e levou à falência muitos negócios no Brasil. Resultado: 12% do total de peças de vestuário comercializadas no Brasil, em 2013, eram importados (AGÊNCIA INDUSNET FIESP; BARROS, 2013).

Em paralelo, houve a difusão e a consagração do sistema *fast fashion*, modelo de negócios que oferece roupas com design contemporâneo, sintonizado às principais tendências da moda internacional, mas com preços acessíveis. Isso se dá através de uma produção ágil e em grande escala, com o apoio de uma cadeia de distribuição, vendas e promoção global, proporcionando grande variedade e certa exclusividade aos clientes (TOKATLI, 2008, p. 22-23).

A expansão do mercado de artigos de luxo no Brasil também foi marcante, crescendo 239% entre 2006 e 2012 (BECKLER, 2012), fenômeno que levou à abertura de lojas de diversas marcas internacionais de prestígio, como Louis Vuitton, Dolce & Gabbana, Giorgio Armani, entre outras.

A chegada da web 2.0 em 2000 e a ampliação acentuada do acesso à internet revolucionaram o ambiente de negócios brasileiro, estimulando o desenvolvimento do *e-commerce*, que tem o setor de moda e acessórios na liderança das vendas (E-BIT, 2014, p. 8). Esse fato também facilitou o acesso a uma maior variedade de produtos e serviços, incluindo aqueles voltados para mercados de nicho (E-BIT, 2013, p. 256-257). Além de transformar os meios de comunicação via blogs e redes sociais, que tornaram a relação entre marcas e consumidores mais direta e pessoal, muitas vezes, com estes assumindo o papel de produtores e curadores de conteúdo.

Ao longo desses anos, o Brasil se consagrou como um dos principais lançadores de tendências para o mercado internacional de moda praia. Também se tornou o maior consumidor desse segmento, movimentando cerca de US\$ 1,5 bilhão ao ano de acordo com o *Global Market Review of Swimwear and Beachwear* (AGÊNCIA HÉLICE, 2012), o que representa 12,5% do mercado mundial de trajes de banho.

Para Emerson Otsuka, professor e coordenador do curso de negócios de moda da Universidade Anhembi Morumbi em São Paulo, o alto consumo de artigos de moda praia no Brasil é resultado de um conjunto de fatores. Alguns de ordem natural, como a extensa área litorânea e o clima predominantemente quente, que permitem um fluxo constante desse tipo de mercadoria durante todo o ano. E outros, resultantes de avanços em tecnologia, modelagem e estilo, que tornam o biquíni brasileiro reconhecido em todo o mundo (AGÊNCIA HÉLICE, 2012). Opinião semelhante tem o SEBRAE ([201-?], p. 4), para quem esse reconhecimento no mercado externo resulta dos seguintes fatores: DNA próprio, estilo ousado, criatividade, qualidade, modelagem própria reconhecida, variedade de cores, estampas e matérias-primas e tecnologia avançada.

No Brasil, o setor de confecção de moda praia é composto por cerca de 2,3 mil empresas que produzem anualmente em torno de 273 milhões de peças. Muitos desses negócios integram polos regionais de produção do segmento, como os de Itapajé (CE), Natal (RN), Salvador (BA), Brasília (DF), Vila Velha (ES), Rio de Janeiro e Cabo Frio (RJ), São José (SC) e Sarandi (PR). Esses polos produzem não só biquínis, maiôs e sungas, mas também outros produtos relacionados, como cangas, saídas de praia e shorts (TAKANO, 2010, p. 29).² No entanto, a estrela do setor é, sem dúvida, o biquíni, já que, em 2012, 88% das brasileiras tinham pelo menos um em seu guarda-roupa (SEBRAE, 2012, p. 2), mostrando que, para a brasileira, o biquíni é uma peça de roupa muito significativa.

Vale lembrar que nas principais semanas de estilo do país a moda praia tem sido presença tradicional, desfilando lado a lado com o segmento feminino, o principal do mercado de moda. Sem esquecer de que, desde o segundo semestre de 2014, com a interrupção do Fashion Rio, cogita-se transformar o principal evento da moda carioca em exclusivo do segmento praia. A mudança visa competir com a Semana de Moda Praia de Miami e fazer do Rio de Janeiro a capital internacional da moda praia (PACCE, 2015).³

Em relação às exportações por estado da federação, o Rio de Janeiro assumiu a

² Em 2015 o setor de confecções brasileiro era formado por cerca de 33 mil empresas formais de portes variados, que, juntas, faturaram em média 36,2 bilhões de dólares e produziram 5,5 bilhões de peças de vestuário, cama, mesa e banho (ABIT, 2016).

³ Em março de 2016 foram anunciados dois novos eventos de moda no Rio de Janeiro, o Veste Rio e o Rio Moda Rio. O primeiro, no formato de feira de negócios, está previsto para os dias 10 a 13 de maio. O segundo, agendado para os dias 14 a 18 de junho, combina os tradicionais desfiles a uma programação variada, contará com um “espaço de venda no próprio evento pras marcas que desfilaram comercializarem as criações”. Em ambos estão previstos desfiles de grifes relevantes do segmento praia, como Lenny e Blue Man, tradicionais participantes das semanas cariocas de moda anteriores (PACCE, 2016).

liderança em 2012, sendo responsável por 49% de todas as vendas de moda praia daquele ano e ultrapassando São Paulo, historicamente o maior exportador. Enquanto as exportações brasileiras de moda praia reduziram 25% nos últimos dez anos, o estado apresentou crescimento de 8% nas vendas para o mercado externo, que em 2012 alcançaram a cifra de US\$ 5,4 milhões”. Isso se deu pelo aumento no preço médio do produto, que saltou dos 67 dólares por quilo de peças vendidas em 2003, para 154 dólares por quilo em 2012, uma valorização de 129% e que está 15% acima da média nacional (FIRJAN, [2013]). Segundo o site *Vitrine do Exportador*, diretório criado pelo governo federal para divulgar produtos e serviços de empresas brasileiras no exterior, as principais empresas exportadoras de moda praia do Estado do Rio de Janeiro entre os anos de 2014 e 2015 foram (Lista 1):

Quadro 1 – Lista das principais empresas exportadoras de moda praia do Estado do Rio de Janeiro, 2014 a 2015.

1. *Dasue Confecções de Roupas Ltda. ME*
Rua Manoel Duarte 313, Centro – Três Rios, RJ, www.lojadebiquini.com.br/
Principal Mercado: União Europeia
2. *In Brands* (a marca carioca Salinas é uma das empresas controladas por esse grupo)
Rua Coronel Luis Barroso 151, Santo Amaro – São Paulo, SP, www.inbrands.com.br
Principais mercados: Ásia Leste, América do Sul, América do Norte, União Europeia, Oriente Médio, América Central e Caribe, África Subsaariana, Europa Leste
3. *It Cem Por Cento Indústria e Comércio de Confecções Ltda.*
Avenida Governador Roberto 1.440, Prado – Nova Friburgo, RJ
Principais mercados: América do Norte, União Europeia, Oriente Médio, Ásia Leste, América do Sul, Ásia Sudeste
4. *LNY 2005 Indústria de Roupas Ltda.*
Rua São Clemente 258, Botafogo – Rio de Janeiro, RJ
Principais mercados: União Europeia, América do Norte, Oriente Médio, Ásia Leste, Leste Europeu

Os dados se referem ao período de exportação entre janeiro de 2014 e novembro de 2015 e só foram citadas as empresas que exportaram de US\$ 1 milhão a US\$ 10 milhões. Para a pesquisa foi utilizado como referência o código aduaneiro internacional do Sistema Harmonizado, SH 6112.41, relativo a maiôs e biquínis de banho, de malha, de fibras sintéticas, de uso feminino.⁴

Fonte: *Vitrine do Exportador*, 2016.

Há pelo menos uma década o Estados Unidos permanece como o principal comprador de moda praia fluminense no exterior, tendo adquirido 45% do total exportado em 2012. Esse percentual já foi maior, pois, em 2003, representava 62%

⁴ Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias (SH) é um método de classificação de mercadorias, composto por seis dígitos, implementado internacionalmente em 1988, com o objetivo principal de facilitar as negociações comerciais. Fonte: *Vitrine do Exportador*, 2016.

das exportações. No entanto, este número não deve ser interpretado como um desempenho decrescente. Essa queda significa que as exportações estão se expandindo em novos mercados, em especial para países considerados referência em design de moda. É o caso do Japão, onde cresceu 948%, da França, onde aumentou em 808%, e da Itália, onde subiu 37%. Além disso, o preço médio dos artigos nesses destinos tem sido bem mais alto se comparado ao de dez anos atrás, respectivamente, 339, 151 e 191 dólares por quilo – categorizando os produtos exportados como de alto valor agregado (FIRJAN, [2013]).

No entanto, o Brasil também importa moda praia. Uma parcela inferior a 0,2% do total movimentado anualmente pelo mercado de biquínis e maiôs brasileiro, mas que se mostra crescente, tendo a China como principal fornecedor. Em 2011 foram adquiridas mais de 959 mil peças de origem chinesa, o equivalente a 90,9% das importações de moda praia do Brasil. Essas peças tem preço médio unitário baixo, equivalente a 2,17 dólares, que tende a diminuir e embora o montante importado seja comparativamente pequeno, não deve ser subestimado, pois vem crescendo a cada ano (MOISEICHYK ET AL, 2012, p. 70 e 81).

Visando explorar de modo mais eficaz o potencial exportador da moda nacional como um todo, foi criada em 2003 a Associação Brasileira de Estilistas (Abest), entidade que pretende ser a “porta-voz do Design de Moda brasileiro” e que hoje congrega mais de cem marcas. Dessas, trinta e uma são de moda praia, como Salinas, Lenny Niemeyer, Água de Coco, Cia. Marítima, Amir Slama, Vix Swimwear, Jo de Mer, Triya e Poko Pano, e compõem, desde 2012, o *+Beach Brasil*. Este grupo faz parte do *Programa de Exportação de Moda* da Abest, que tem como parceira a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Sua proposta é contribuir para a fixação de uma identidade para o setor de moda praia no exterior, o aumento das exportações e o fortalecimento da imagem das marcas participantes fora do país (ABEST, [201-]).

Nesse sentido, a Abest também criou o selo *Fashion Label Brasil* que, embora não seja exclusivo das marcas de moda praia, também favorece o segmento. A iniciativa visa “posicionar internacionalmente o design brasileiro de moda, mostrando a imagem de um Brasil inovador e contemporâneo, elegante e surpreendente, que foge dos estereótipos”. Além disso, pretende promover as relações comerciais entre empresários de moda do Brasil e do exterior, auxiliando no reconhecimento de mercados-alvo e no contato com

distribuidores, representantes e compradores (ABEST, [201-]).

A reunião desses dados pretende ilustrar o quanto, ao longo dos últimos anos, a moda praia se consolidou como segmento importante da indústria nacional de vestuário. Seu desempenho vem acompanhando a evolução do mercado brasileiro de moda que, cada vez mais, procura se articular ao ambiente internacional de negócios e se tornar mais competitivo, tanto interna quanto externamente. Como observado anteriormente, a moda praia fabricada no Brasil domina o mercado nacional, atualmente considerado o maior do mundo. No entanto, em 200x, ocupava a vigésima sexta posição no ranking dos maiores países exportadores de moda praia, atrás de China, Itália, México e Alemanha, respectivamente primeiro, terceiro, quarto e quinto colocados (UNITED STATES AGENCY, 2006, p. 12). Enquanto isso, a China atende a quase 70% dos embarques mundiais de moda praia e detêm 25% da capacidade mundial de produção unitária desse tipo de artigo. Assim, este país se consagra como o maior exportador do segmento, mesmo não tendo sua imagem associada à praia, como o Brasil (TAKANO, 2010, p. 4 e 29).

Análise bibliográfica

Para as roupas de praia cariocas se tornarem hoje uma referência de inovação pela moda um caminho foi trilhado e seu início é bem anterior ao uso do biquíni. Até por que, a adoção de roupas desenvolvidas especificamente para o banho de mar se deu com a introdução do costume, popular entre a elite europeia desde meados do século XVIII, de se banhar por motivos terapêuticos. Hábito que, até onde se sabe, foi introduzido no Rio de Janeiro com a chegada da família real portuguesa, em 1808. No entanto, as referências sobre a história da moda praia carioca e brasileira ainda são poucas diante da expressividade do segmento para a moda nacional. Entre elas merecem destaque dois trabalhos recentes.

O primeiro é o livro de Marcia Dsitzer: *Um mergulho no Rio. Cem anos de moda e comportamento na praia carioca*, lançado em 2012. Nele a jornalista reuniu uma série de informações já existentes sobre a trajetória do segmento que estavam dispersas em outras fontes, acrescentando novidades. Merecem destaque o conteúdo proveniente de entrevistas com personalidades ligadas ao setor e à cultura praiana carioca, embora o conteúdo esteja mais focado na trajetória do segmento de

moda praia a partir de meados do século XX.

O segundo é a tese em Engenharia de Produção intitulada *Inovação, moda e praia na cidade do Rio de Janeiro*, defendida em setembro de 2013 por Adriana Sampaio Leite, professora do curso de Design de Moda da PUC-Rio. Nesse trabalho a autora defende o conceito de “inovação por metáfora”, isto é, que “a inovação pode ocorrer mediante o exercício da redescrição das coisas, por meio de novos usos, [...] quando há um deslocamento do uso do objeto”. Tal fenômeno foi observado a partir da análise da trajetória de uso de três produtos característicos da moda praia carioca: o biquíni, a canga e as sandálias havaianas, que exemplificam o tipo de inovação destacada. Portanto, a moda, por ser capaz de produzir inovação, “pode ser incluída dentro da grande área do design”, lembrando ainda que “sua lógica [...] impregnou outras áreas de produção e conhecimento”, não se restringindo aos artefatos de vestuário e acessórios (LEITE, 2013, p. 190-191).

Fugindo a delimitação geográfica proposta neste trabalho, não se pode deixar de citar o livro *Biquíni: duas peças que mudaram a rua e o mundo. Cabo Frio – Brasil*, lançado pelo SEBRAE Rio de Janeiro em 2015. Esta obra resgata a história da “rua dos biquínis” da cidade de Cabo Frio, balneário fluminense de veraneio, localizada na Região dos Lagos, que reúne vários lojistas e fabricantes de moda praia e é considerada um polo desse segmento.

Assim, diante da constatação de que existe pouca informação sobre a evolução das roupas de banho no Rio de Janeiro, principalmente sobre o período anterior à segunda metade do século XX, surgem algumas indagações: Quando e como o segmento de moda praia se estruturou no Rio de Janeiro? Em que contexto isso se deu? E como o design se inseriu nesse processo? Essas são algumas das questões a serem abordadas ao longo desta dissertação.

Metodologia de pesquisa

Como já foi dito anteriormente, o período de abrangência desta pesquisa inicia-se em 1808, ano de chegada da família real portuguesa ao Brasil, responsável pela introdução oficial do hábito de se tomar banhos de mar com fins terapêuticos na cidade do Rio de Janeiro, e termina em 1946, com o lançamento do biquíni, na França. Também foi definido um recorte de gênero, optando-se por investigar apenas

os trajes de banho femininos, pois, como foi constatado, as mulheres são as principais consumidoras de produtos de moda praia e de moda em geral. Por fim, o foco geográfico da pesquisa se fixa no Rio de Janeiro, segunda maior cidade do Brasil, capital do país durante todo o período estudado, um dos principais destinos turísticos nacionais e internacionais, além de importante vitrine do Brasil para o exterior.

Outros anos citados nos títulos dos capítulos também tem relação com acontecimentos históricos relevantes para o tema: 1500 pela vinda do colonizador europeu ao território que se constituiria o Brasil; 1902 que marca o início da gestão do prefeito Pereira Passos, que empreendeu importantes reformas urbanas para a modernização da cidade, afetando grande parte de sua orla e 1922 ano da Exposição Universal do Rio de Janeiro, comemorativa dos cem anos de independência do país.

Além de recorrer a uma revisão bibliográfica, o *corpus* da pesquisa inclui fontes primárias, no caso, periódicos editados no Rio de Janeiro que integram o acervo de periódicos da *Biblioteca Nacional*. Entre os mais citados estão o jornal *A Estação* (que circulou entre 1879 e 1904 e o único catalogado no setor de Obras Raras), o *Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial do Rio de Janeiro*, conhecido como *Almanak Laemmert* (que circulou entre 1844 e 1914), a revista *Careta* (que circulou entre 1909 e 1964) e o jornal *Beira-Mar* (que circulou entre 1922 e 1955).

Esse material está digitalizado e disponível ao público gratuitamente na seção *Hemeroteca Digital* do site *Biblioteca Nacional Digital*, localizado através do endereço virtual <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. São arquivos que podem ser baixados em diversos tamanhos, inclusive em alta resolução, o que é especialmente útil quando se deseja imprimir as páginas dos periódicos. Para a pesquisa o site oferece uma ferramenta de busca que utiliza a tecnologia de Reconhecimento Ótico de Caracteres (*Optical Character Recognition*), mais conhecida pela sigla OCR, que permite o rastreamento de palavras em um arquivo digital. Isso possibilita o rastreamento de todas as páginas onde aparecem ocorrências de uma determinada palavra, escolhida pelo pesquisador, com reduzida margem de erro, considerando ainda três filtros principais: o título do periódico, um período de tempo em décadas e o local de publicação.

Na primeira etapa de busca, seleciona-se uma dessas três opções para, em seguida, refinar a pesquisa com os demais filtros e a palavra a ser rastreada. Por exemplo, quando já se sabe qual a revista que se deseja pesquisar, escolhe-se seu nome na lista de periódicos, em seguida determina-se a década de interesse em

uma nova lista, depois o lugar de edição do periódico e, por fim, digita-se no campo correspondente o termo desejado. Ao clicar no comando “pesquisar”, o programa fará o levantamento de todas as páginas digitalizadas que, segundo tais critérios, apresenta ocorrências da palavra especificada. O resultado aparece em uma nova tela, que trás o número total de ocorrências em cada edição e quais edições em quais anos também apresentam páginas com termo pesquisado, agrupadas por ano em pastas com ícone de cor azul e por edição em pastas com ícone de cor verde. Ao lado deles, entre parênteses, vê-se o número da edição com o total de ocorrências. Essas informações estão agrupadas em um cabeçalho horizontal, localizado sobre a grande área onde aparece a imagem da página. Nele também é possível visualizar o número de página da imagem, separado por uma barra do número total de páginas digitalizadas daquela edição. É importante destacar que, nem sempre, esses números equivalem à paginação original da revista, que deve ser consultada no próprio arquivo digital da página em questão. Isso ocorre quando falta o arquivo de alguma página, ele está repetido ou fora de ordem.

Nesse cabeçalho há ainda os recursos de ampliação e redução da visualização (identificados pelo tradicional ícone de lupa com sinal de mais ou de menos em seu interior) e uma opção que habilita a visualização de um conjunto de páginas simultaneamente, seja as de uma edição completa, somente as páginas com ocorrências ou apenas as capas daquele título, dispostas em miniatura em outra janela.

Ainda na janela das ocorrências, quando se passa o cursor do mouse sobre as laterais direita e esquerda, aparecem setas grandes que, quando clicadas, permitem “virar” a página, mostrando a anterior ou seguinte. Para rolar apenas as páginas com ocorrências, há as setas duplas pequeninas, localizadas no cabeçalho.

Cada ocorrência da palavra especificada aparece assinalada na imagem da página por uma mancha oval verde, o que facilita tremendamente sua identificação em meio à mancha gráfica. E para baixar o arquivo de uma página digitalizada ou imprimi-lo, basta clicar sobre sua imagem com o botão direito do mouse, fazendo surgir uma janela com os comandos que permitem essas operações.

No centro do cabeçalho há também um menu de cor escura, com ícones para as funções “exibição de páginas em dupla” (ícone de páginas duplas), “visualização do link referente ao arquivo exibido” (ícone de corrente), “informações adicionais sobre o arquivo” (letra “i”) e “tutorial” (ícone de boia). Apenas a função “salvamento de arquivo” (ícone de disquete) não esteve habilitada para uso durante toda a pesquisa.

Ao longo do mestrado, o site da Hemeroteca Digital passou por diversos aperfeiçoamentos que melhoraram significativamente sua navegação, tornando-o mais ágil, melhor organizado e menos sujeito aos travamentos que apagavam os resultados de busca. No entanto, até o fim desta pesquisa, esse erro ainda ocorria, principalmente quando o site era usado por muitas horas seguidas.

Não se pode deixar de destacar que a ferramenta de busca desse site influenciou diretamente no critério de seleção dos periódicos pesquisados. Graças ao filtro de “local” foi possível identificar facilmente os títulos editados no Rio de Janeiro, que, atendendo ao recorte geográfico definido, foram os únicos investigados. Havia também um recorte de gênero, que restringia a pesquisa ao traje de banho feminino. Assim, no filtro de “palavra-chave”, foram utilizados termos que nomeavam roupas de banho de mar usadas por mulheres, durante o período abrangido por esta investigação, como maiô, duas-peças, costume de banho, entre outros.

Ainda tirando partido da ferramenta de busca do site da Hemeroteca, foram escolhidos periódicos com elevado número de ocorrências dos verbetes pesquisados. Tática que se mostrou muito útil, principalmente para a escolha das publicações do século XX, que surgiram em grande quantidade e acompanharam o interesse crescente pelos banhos de mar e por informações sobre modas entre a população da cidade. São exemplos *Careta*, *O Malho* e *Revista da Semana*, todas revistas de variedades.

Outro motivo para pesquisar em revistas de generalidades foi o papel ativo desse tipo de publicação na difusão dos benefícios à higiene e à saúde promovidos pelo banho de mar, especialmente a partir do último quartel do século XIX, e do banho de sol, a partir dos anos 1920. Tais hábitos, associados a um estilo de vida moderno, estavam em consonância tanto com o modelo de civilização almejado pela elite local, o europeu, quanto com os interesses econômicos que conduziram a expansão da cidade em direção ao litoral Sul.

Além disso, alguns periódicos da Hemeroteca entraram para o *corpus* de pesquisa por serem as primeiras publicações voltadas para ao público feminino editadas no Rio de Janeiro. São elas a pioneira *O Espelho Diamantino*, lançada em 1827, seguida por *O Jornal das Senhoras*, *Novo Correio das Modas*, *Marmota Fluminense* e *A Estação*, todas citadas no livro *A cidade e a moda*, de Maria do Carmo Teixeira Rainho, coorientadora desta pesquisa. Outros por servirem de base a trabalhos diretamente relacionados ao tema desta investigação, como o jornal *Beira-*

Mar, fonte para a dissertação em História Social *Rumo à praia*, defendida por Donadio Baptista na Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Através da análise desses títulos também foi possível compreender como se operou uma acentuação da exposição do corpo feminino em público pela adoção de roupas de banho cada vez mais reduzidas e ajustadas. Nesta tarefa, considerou-se principalmente as transformações socioculturais que estimularam tal mudança e a influência da introdução de novos materiais têxteis para a confecção dessas peças.

A revista *Careta*, por exemplo, lançada em 1909, durante as primeiras décadas de publicação dedicava muitas páginas a fotografias de praias de banho e de banhistas. Tais imagens permitiram entender como pessoas reais se vestiam para os banhos de mar e que esses trajes eram bem mais conservadores e simples que os figurinos das seções de moda presentes em títulos como a *Revista da Semana*.

Outra fonte de pesquisa muito importante disponível no acervo da Hemeroteca foi o *Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial do Rio de Janeiro*, mais conhecido como *Almanak Laemmert*. Essa publicação anual, lançada em 1844, e que circulou até 1940, trazia informações e anúncios de estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços existentes na cidade. Por isso, já havia sido usada anteriormente no levantamento de casas tipográficas, editoras e gráficas em trabalhos da linha de pesquisa de História do Design Brasileiro. Baseando-se nisso, foi empregado na identificação de estabelecimentos que ofereciam banhos de mar e de casas comerciais e fabricantes de roupas para esse fim existentes no Rio de Janeiro até a segunda década do século XX. A partir de então, com a decadência do título, mostrou-se mais eficiente o levantamento através de anúncios encontrados em outros periódicos.

Vale lembrar que a Hemeroteca dispõe de uma ferramenta de busca exclusiva para o *Almanak Laemmert*, que confere maior rapidez à pesquisa. Ela disponibiliza as edições de 1844 a 1889 e encontra-se associada à página do Acervo Digital pelo link http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/almanak/almanak.htm.

No *Almanak Laemmert*, o conteúdo era organizado por seções, dispostas em ordem alfabética. Desde a primeira edição, aparecia a oferta de serviços de banhos de tipos variados, reunidos na seção “Banhos”. Ao longo do século XIX, essa seção teve seu nome mudado várias vezes, passando a ser designada por um período como “Banhos e choques elétricos”. Posteriormente foi desmembrada em duas: “Barca de banhos” e “Banhos públicos”, depois “Barcas de banhos e de natação” e

“Banhos de saúde”. Finalmente, marcando o período de plena expansão do banho de mar entre a população carioca, torna-se “Banhos de mar e água doce”.

Também foi útil para acompanhar a evolução da prática do banho de mar o acompanhamento de três outras seções do *Almanak Laemmert*. A primeira, “Hotéis e restaurantes”, associava-se à essa atividade ao oferecer infraestrutura de hospedagem tanto para o turismo, que vivia seus primórdios na cidade, quanto para temporadas curativas pela imersão em águas salgadas, prescritas por um médico. Outra seção foi “Escolas, Collegios, Externatos, Internatos, Lyceus e mais institutos de instrução”, onde os mais modernos enfatizavam sua localização próxima ao mar, com a oferta desse tipo de terapia aos alunos e de aulas de natação. A terceira foi “Casas de saúde e convalescença”, onde também era possível encontrar estabelecimentos com infraestrutura adequada para a prescrição e o tratamento de saúde pelos banhos de mar.

Além disso, o *Almanak Laemmert* foi muito útil para identificar fabricantes e comerciantes de trajes para banhos de mar, presentes na seção “Roupa para banho”. Entretanto, a partir dos primeiros anos do século XX, serão os anúncios em revistas e jornais as principais fontes para tal levantamento, quando o banho de mar e, depois, o de sol fazem da ida à praia uma pauta cada vez mais presente na imprensa carioca.

Voltando à ferramenta de busca da Hemeroteca, inicialmente não havia uma ideia precisa sobre quais periódicos pesquisar. Por isso, optou-se por aplicar ao filtro “palavras-chave” termos relacionados às roupas de banho femininas em diferentes épocas, como “maiô”, “roupa de banho”, “traje de banho”, “costume de banho”, “duas-peças” e “biquíni”. Também foram utilizados verbetes associados ao contexto dos banhos de mar, como “casa(s) de banho(s)” e “banho(s) de mar”, além de nomes de materiais e tecidos usados em sua confecção, como “*Lastex*”. A ferramenta OCR, já citada anteriormente, não chega a rastrear todas as ocorrências da palavra pesquisada. Nem por isso tal condicionante comprometeu o resultado da pesquisa, dado o grande número de ocorrências identificadas, o que também se converteu em um dos critérios para a escolha dos periódicos.

Um fator que interferiu na precisão do rastreamento OCR foi a baixa nitidez de alguns arquivos digitais da Hemeroteca, obtidos pelo escaneamento de um microfilme em preto e branco. Isso resultou na perda de qualidade das imagens, principalmente das fotográficas, cujos meios-tons não foram bem reproduzidos, sem

falar nos textos borrados e a ausência das cores presentes no original. Mesmo assim, o uso da ferramenta foi muito vantajoso, pois conferiu agilidade e flexibilidade à pesquisa, pois o acervo estava disponível a qualquer hora e em qualquer lugar com acesso a internet. Além disso, permitia baixar os arquivos das imagens sem custo. Caso necessário, ainda era possível solicitar à Biblioteca Nacional autorização para fotografar o material original, o que aconteceu com as folhas de moldes da revista *A Estação*. Como esse material não estava digitalizado, teve que ser fotografado na seção de Obras Raras, responsável por sua guarda.

Erros ortográficos de composição tipográfica, como a troca de uma letra por outra, como um “d” por um “b” ou a omissão de uma letra dobrada, de *maillot* escrito sem um dos “l”, ficando *mailot* também não eram rastreados pela ferramenta. Por isso, foi necessário testar diferentes grafias de uma mesma palavra, principalmente para os termos herdados do francês e do inglês, como a palavra francesa *maillot* que, com o tempo, foi aportuguesada para maiô, e a palavra biquíni, escrita originalmente como *bikini*.

O site da Biblioteca Nacional Digital também possui outras seções com conteúdo digitalizado: *Artigos*, *Dossiês*, *Exposições* e *Acervo Digital*. Esta última oferece materiais de naturezas diversas, como fotos, mapas, livros, manuscritos, ilustrações, músicas etc. Algumas imagens que ilustram esta dissertação foram obtidas nesse acervo. São exemplos as fotos da Avenida Central, as aquarelas de Carlos Julião que mostram trajes femininos brasileiros dos anos 1700 e o mapa das obras de construção do novo porto do Rio de Janeiro no início do século XX. Sua ferramenta de busca rápida utiliza os filtros “título”, “autor” e “assunto”, opção utilizada, e a versão combinada permite o cruzamento desses com outros filtros.

Outro site que permite o acesso a fontes primárias utilizado nesta pesquisas foi o JusBrasil que, no endereço <http://www.jusbrasil.com.br/diarios/?ref=navbar>, disponibiliza todas as edições do *Diário Oficial da União*. Nele, a busca foi feita por palavra ou edição, o que foi especialmente útil para encontrar registros de marcas e patentes estrangeiros no Brasil, como a do fio *Lastex*. Por muitos anos esse tipo de informação foi publicada no *Diário Oficial da União* e não em uma publicação específica, como é feito hoje em dia.

Após uma primeira triagem, um grupo de imagens foi impresso, o que facilitou a análise individual e comparações; em seguida, foram redigidos textos sobre as características e informações mais notáveis oferecidas por cada uma. Esse sistema

de trabalho ajudou a refinar a seleção, até chegar às imagens que, de fato, foram utilizadas. Considerando que, ao longo do processo de escrita, novas imagens foram acrescentadas e algumas dessas suprimidas.

Quanto às informações textuais, tanto aquelas obtidas pela pesquisa nos periódicos, quanto na pesquisa bibliográfica foram fichadas, o que facilitou a manipulação da informação e sua edição. Esse sistema permitiu que dados importantes não caíssem no esquecimento durante o processo de escrita, tendo em vista o longo período de tempo abrangido por este trabalho.

Estrutura da dissertação

O primeiro capítulo da dissertação apresenta um panorama geral sobre a origem dos banhos de mar na Europa, matriz desse costume. Em seguida, trás um olhar sobre a relação entre corpo, banho e higiene no Brasil colonial, quando o isolamento geográfico e comercial, a escravidão e o patriarcalismo, além da miscigenação entre diferentes etnias, resultou em traços culturais muito particulares. A chegada da corte portuguesa ao Rio de Janeiro, em 1808, gera mudanças e trás novidades, como o banho terapêutico de mar, que se difunde em ritmo crescente entre a elite carioca, como mostra o levantamento dos estabelecimentos de banhos em funcionamento na cidade até a segunda década do século XX. O cenário se estende do litoral do Caju à Botafogo, praias da Baía de Guanabara.

A adoção de um traje específico para o banho de mar e sua evolução foram tema do segundo capítulo, tratadas sob a ótica do pudor e da funcionalidade. São reflexo dos novos padrões de sociabilidade estimulados pelo contato direto com a corte e a abertura do país ao comércio com outras nações. A influência crescente da moda também é abordada, tendo em vista sua difusão pela imprensa e o desenvolvimento do comércio de luxo, onde predomina os padrões estabelecidos pelos criadores franceses, inclusive para roupas de banho de mar. No entanto, isso não impede o surgimento de indústrias cariocas voltadas para esse tipo de artigo, estimuladas pela grande popularidade que essa atividade alcança nas últimas décadas do século XIX.

Em seguida, o capítulo três trata de um novo período na história da cidade, marcado por transformações urbanísticas que afetaram diretamente a relação da população com o litoral. O Rio de Janeiro se moderniza e expande em direção à praias

oceânicas da Zona Sul, onde a atividade balneária irá assumir uma nova conotação, associada ao lazer, ao esporte e aos benefícios da vida ao ar livre. Copacabana transforma-se no bairro modelo de um estilo de vida que tem na praia um território emblemático, atraindo cada vez mais moradores e a atenção de todo o país.

No capítulo quatro, o objeto central é o maiô, peça que revolucionou a roupa de banho feminina por influência das mudanças sociais trazidas pela Primeira Guerra Mundial (1914-1918), o domínio do cinema norte-americano e a adoção do bronzeamento. Reportagens, charges e fotografias publicadas em periódicos cariocas, como a revista *Careta* e o jornal *Beira-Mar*, ajudam a entender e ilustrar tal transição, assim como sua gradativa diminuição e aderência, tendo como cenário as praias da Zona Sul. Ao mesmo tempo, que seus anúncios propiciam o levantamento das novas fábricas e estabelecimentos comerciais que atuam no segmento, com destaque para a proliferação de marcas internacionais.

A evolução dos recursos têxteis relacionados à fabricação de roupas de banho recebe um capítulo à parte, o quinto, dedicado aos materiais expansíveis. Eles foram fundamentais para proporcionar uma melhor aderência da roupa de banho ao corpo, efeito arduamente combatido, mas que se torna cada vez mais valorizado a partir da adoção do maiô e a valorização da pele bronzeada. A investigação se inicia com o *jersey* de lã, tecido de malha dos primeiros maiôs e vai até a introdução do Lastex® no Brasil. Lembrando que este foi o primeiro fio têxtil elastomérico contínuo lançado no mercado internacional, desenvolvido e fabricado com borracha natural — matéria-prima originalmente brasileira — pela empresa norte-americana *U.S. Rubber Company*.

Por fim, o capítulo seis encerra a dissertação, abordando o lançamento do primeiro biquíni em 1946, na França, que desnuda mais uma fronteira do corpo feminino: o umbigo, mostrando a repercussão dessa novidade no Rio de Janeiro e o porquê desse nome, antes de chegar às considerações finais.

1. FORMAÇÃO DA CULTURA PRAIANA CARIOCA

No mundo contemporâneo, o banho de mar é uma atividade muito difundida e valorizada por grande parte das pessoas, tanto que muitas fazem questão de aproveitar suas férias e seus dias de folga em algum lugar à beira-mar. No Brasil, que tem um litoral de 7.367 quilômetros de extensão (IBGE, 2016), não poderia ser diferente, com o banho de mar sendo praticado como refresco para um dia de calor intenso e até mesmo como ritual de purificação energética. Entretanto, os banhos de mar nem sempre foram uma atividade tão apreciada, tampouco a praia um espaço frequentado por indivíduos de todas as classes sociais. A relação do ser humano com o mar já variou bastante, de acordo com a época, o lugar e a posição social dos indivíduos.

Em sua origem, a história dos banhos de mar se entrelaça com a dos banhos higiênicos e a de outras atividades aquáticas, como a natação. Ela também é herdeira do banho de mar com fins terapêuticos, prática médica que se difundiu entre nobres e aristocratas europeus a partir do século XVIII. Foi nesse contexto que surgiram os primeiros trajes específicos para banhos de mar, que funcionavam como uma barreira física e moral, preservando a intimidade do corpo. Antes disso, os banhos de mar estavam basicamente restritos aos indivíduos e comunidades que desempenhavam atividades econômicas ligadas ao mar, como pescadores, marinheiros e trabalhadores do cais. Para estas pessoas, o banho de mar não tinha um caráter medicinal e nem havia a necessidade de usar uma roupa especial, podendo mesmo ser praticado com o corpo totalmente nu ou vestindo peças de roupa do cotidiano.

A Inglaterra foi a nação que se destacou entre as pioneiras nesse tipo de tratamento, que se difundiu na Europa e em todo o mundo ocidental graças à sua poderosa influência econômica e cultural a partir do século XVIII.

No Brasil, os banhos de mar terapêuticos ganharam espaço com a chegada da família real portuguesa ao Rio de Janeiro, em 1808, e ao final deste mesmo século já eram extremamente populares. Entretanto, esse processo não se deu sem que houvessem tensões entre o modo de se banhar característico da cultura colonial e a nova modalidade europeia, considerada medicinal e civilizada. Muitas foram causadas por noções conflitantes sobre como o corpo deveria se apresentar durante essa atividade.

Também no século XIX, principalmente a partir de sua segunda metade, o fenômeno da moda ganhou força no Brasil, principalmente na cidade do Rio de Janeiro, sua capital, auxiliando nas estratégias de diferenciação e identificação

social através da aparência e do vestuário. Com a crescente difusão dos benefícios da talassoterapia entre a população e uma frequência cada vez mais numerosa e diversificada nas casas e praias de banho de mar, a moda acabou estender sua influência também aos trajes de banho.

Esta análise da história dos banhos de mar terapêuticos busca oferecer uma visão geral de como a prática se estruturou ao longo do tempo, permitindo compreender os sentidos da adoção de roupas específicas para esse fim. Incluso mostra como tal atividade foi assimilada no Rio de Janeiro, capital de um império tropical à beira-mar, e, por fim, como o mercado de trajes de banho começou a se estruturar na cidade. São essas as questões tratadas a seguir.

1.1 A origem dos banhos de mar

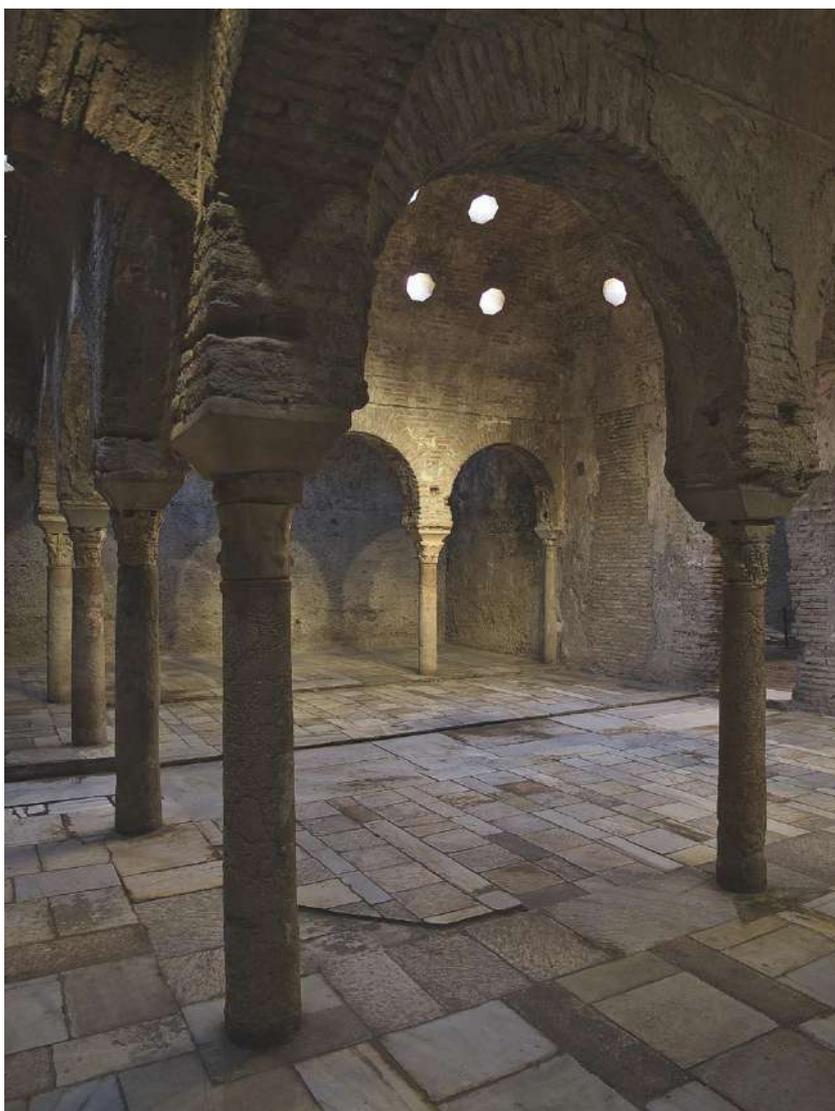
Embora as origens do banho sejam desconhecidas, atividades na água já eram muito difundidas no mundo antigo. Para os guerreiros gregos e romanos a natação era um exercício prazeroso e excelente treinamento físico, enquanto os cidadãos sedentários preferiam frequentar os banhos. Tanto os banhos como a natação eram atividades destinadas a promover o bem-estar, mas, com o tempo, assumiram também um caráter recreativo e social (KIDWELL, 1968, p. 3).

A partir do século V, com o declínio do Império Romano e a ascensão da Igreja Católica, hábitos de origem pagã, como os banhos higiênicos, foram combatidos e entraram gradativamente em desuso. Apenas a natação continuou sendo praticada, embora circunscrita ao âmbito militar (KIDWELL, 1968, p. 3). Para o clero, com sua moral religiosa ascética, os banhos quentes eram considerados pecado, por isso foram amplamente reprimidos. Somente as populações pobres que moravam próximas a antigas fontes romanas continuaram a frequentá-las (HEMBRY, 1990, p. 1-2). De acordo com o livro do Gênesis, o mar era visto como o “domínio do Satã e das potências infernais”, “morada de monstros” e “prolongamento do caos [...] anterior à civilização”. Ele chegava a ser associado à loucura, o que alimentava imenso temor diante de sua fúria e inconstância naturais (CORBAIN, 1989, p. 12-18).

Mesmo assim, consta que o imperador Carlos Magno, que reinou entre os anos 768 e 814 DC, e teve sob seu controle quase toda a Europa, foi um encorajador dos banhos. Eles também floresceram na Península Ibérica entre os séculos VIII e XIV,

período de domínio mouro — povo que cultivava o asseio corporal (Figuras 2). Entre os séculos XI e XIV, época das Cruzadas, os banhos receberam novo impulso no continente europeu, devido ao contato dos guerreiros cristãos com as tradições do mundo oriental. Contrariando a orientação eclesiástica, algumas termas que restaram do antigo Império Romano foram restauradas e outras novas construídas. Uma delas foi Spa, no bispado de Liège, atual Bélgica (Figura 3). Para a Igreja Católica os banhos eram ambientes moralmente permissivos, focos de doenças como a sífilis, e principais responsáveis pela propagação das epidemias que assolaram a Europa durante a Idade Média (HEMBRY, 1990, p. 2) (Figura 4).

Figura 2 – El Bañuelo, banhos árabes em Granada, Espanha, século XI. São os banhos mais bem conservados de todo o país e eram chamados de *Hammam al-Yawza* (Banho de Nogueira). De um modo geral, os banhos muçulmanos seguiam a disposição dos banhos romanos (GUALIS, 2003, p. 239-240).



Fonte: José Luis Filpo Cabana/Creative Commons, 2015.

Figura 3 – Imagem da Vila de Spa, em *Topographia Westphaliae*, 1647.

A gravura do suíço Matthäus Merian mostra, no detalhe à esquerda, a fonte de Saúúnier e, no da direita, a fonte de Pouhon, onde indivíduos aparecem consumindo suas águas “sagradas”.



Fonte: De.Wikisource.org, 2016/Creative Commons, 2016.



Figura 4 – Casa de banho por Master of Anthony of Burgundy, c. 1470.

Esta iluminura ilustra o livro 9 de *Facta et Dicta Memorabilia*, de Valerius Maximus, autor de 1 D.C., uma espécie de código de conduta. O artista optou por ambientar a cena de luxúria em uma casa de banho ou bordel de sua época e não em um banho romano, contemporâneo ao autor da obra (FEMINAE, 2015).

Fonte: Creative Commons, 2014.

Nos séculos XIII e XIV aflorou um novo interesse pela arte e cultura da Antiguidade Clássica. Esse renascimento da cultura humanística teve início no norte da Itália e, posteriormente, se espalhou por toda a Europa. O resgate da literatura grega reforçou os atributos negativos associados ao mar. Dele vinham os estrangeiros, os invasores e uma série de cheiros estranhos, que misturavam “as algas, os excrementos, os detritos orgânicos lançados às praias”. O barco era um “lugar maléfico por excelência”, onde se acumulavam “os germes da fermentação e da putrefação”. Enjoos e vertigens atacavam os viajantes, sujeitos à “repugnância inspirada pelo meio físico e a proximidade da tripulação” (CORBAIN, 1989, p. 18-27).

Foi na Inglaterra, a partir do reinado de Henrique VIII (1509-1547), que a relação das elites com as fontes e os banhos termais começou a mudar. Ao implementar a Reforma e fundar a Igreja Anglicana, o monarca reprimiu o uso das nascentes sagradas, associadas ao misticismo católico. Sua decisão levou muitos ingleses a visitarem à cidade de Spa, na época sob domínio espanhol. Diante da relutância da população em abandonar o hábito das águas “sagradas” e o receio de que essas viagens fossem pretexto para a organização de uma invasão católica, a proibição foi deixada de lado. Em contrapartida, houve um estímulo à promoção de abordagens mais científicas e medicinais dessas práticas, procurando esvaziá-las de seu caráter estritamente religioso (HEMBRY, 1990, p. 2-3).

No reinado de Elizabeth I (1558-1603), filha de Henrique VIII, os banhos conquistaram prestígio entre a elite inglesa e a visita às estações de águas no verão se tornou um modismo respeitável. O ar poluído da capital londrina também estimulou nobres e aristocratas a empreender longas jornadas até lugares como Bath e Buxton, antigos banhos romanos (Figura 5). A própria rainha ajudou a promover essa atividade, desfrutando de temporadas nesses lugares. Com a superlotação das hospedarias locais, muitos médicos e boticários prosperaram alugando quartos para seus pacientes. Cresceu também a demanda por atividades de lazer para entreter os visitantes nos intervalos do tratamento, o que favoreceu a socialização e os negócios, ao estreitar laços entre as elites da capital e do interior. Nos reinados seguintes essas estâncias hidrominerais foram se sofisticando cada vez mais e ficaram conhecidas como *spas*, em alusão ao famoso balneário belga (HEMBRY, 1990, p. 2-3, 21 e 39)

Figura 5 – Banhos romanos da cidade de Bath, no Reino Unido.



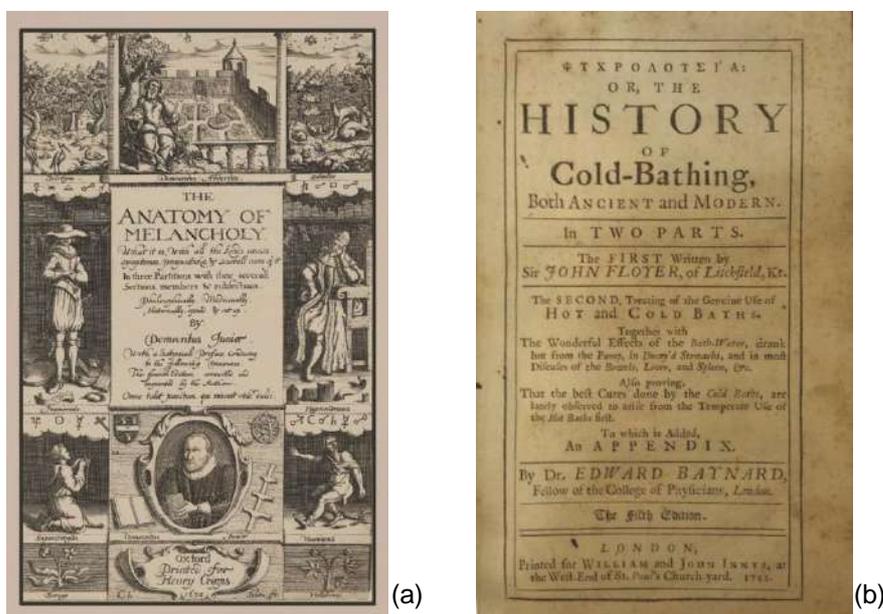
Fonte: Daily Venture, 2016.

A partir do século XVII, operou-se uma mudança gradativa das mentalidades. A aproximação entre teologia e razão promoveu um novo olhar em relação à natureza e o mar, cujas belezas começaram a ser encaradas como prova do poder e da bondade divinas. O tema da criação tornou-se uma constante na poesia religiosa, de modo que o caráter negativo que lhe era atribuído foi se diluindo pouco a pouco. Na Inglaterra, entre 1660 e 1675, os avanços no campo da oceanografia ampliaram o conhecimento sobre as águas oceânicas e a vida marinha, tornando o mar menos ameaçador. Nas artes, as cenas à beira-mar entraram para o repertório temático da pintura flamenca e entre a elite culta difundiram-se as viagens à Itália, para a apreciação *in loco* da arte e dos cenários presentes na literatura greco-romana antiga. Viagens essas que incluíam visitas a diversos pontos do litoral mediterrâneo (CORBAIN, 1989, p. 28-65).

A literatura médica contribuiu muito para a difusão de novos hábitos higiênicos e salutareos no tratamento dos males do corpo e do espírito. Em 1621, Robert Burton, sob o pseudônimo Democritus Junior, lançou *Anatomia da melancolia*, obra que

exercer grande influência sobre o comportamento da aristocracia inglesa, especialmente em relação aos banhos de mar. Seu conteúdo promovia os benefícios do termalismo, dos esportes campestres, da apreciação da natureza e da mudança de ambiente proporcionada pelas viagens. Também defendia os banhos de mar ou de rio para a conquista de vigor e alegria, tão característicos do povo, contrariando o conceito de que tais atividades eram impróprias e imorais. Mas foi graças à obra *História do banho frio*, escrita por John Floyer entre 1701 e 1702, que os banhos de mar começaram a se difundir de fato (Figuras 6).

Figuras 6 – Frontispícios dos livros *Anatomia da melancolia*, de Robert Burton, 1621, e *História do banho frio*, de John Floyer, ed. 5, 1722.



Fontes: (a) Creative Commons, 2016; (b) Royal College of Physicians of Edinburgh, 2016.

Scarborough, no litoral inglês do Mar do Norte, teve um papel importante nesse processo. A cidade possuía uma fonte mineral em uma de suas falésias localizadas a beira-mar, atraindo curistas desde 1627. As visitas à nascente acabaram se estendendo às águas salgadas e frias, promovendo uma transição gradual entre o termalismo e os banhos de mar terapêuticos (CORBAIN, 1989, p. 70-77) (Figura 7).

Contudo, o banho de mar aristocrático e medicinal diferia bastante daquele praticado pelas populações litorâneas. Para estas o banho de mar tinha um caráter de frescor e divertimento, como uma brincadeira juvenil. Ou representava um tipo de jogo ou de disputa que envolvia gritos e bagunça. Os sexos nem sempre se

banhavam em separado, tampouco havia preocupações com relação ao pudor. Por isso, era taxado de “impróprio e imoral” pelas elites, chegando até a evocar certo erotismo, pois no século XVIII a nudez masculina ainda não era alvo de proibições legais (CORBAIN, 1989, p. 94 e 96).

Figura 7 – Fotocromo do *Grand Hotel* em Scarborough, Inglaterra, c. 1890.

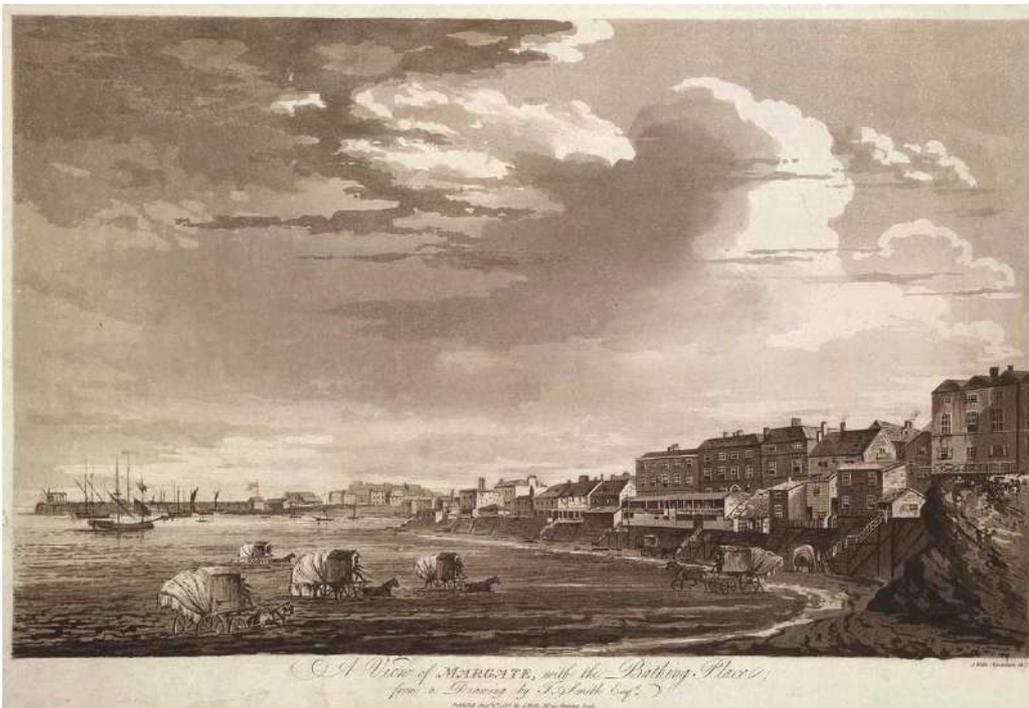


Fonte: Creative Commons, 2016.

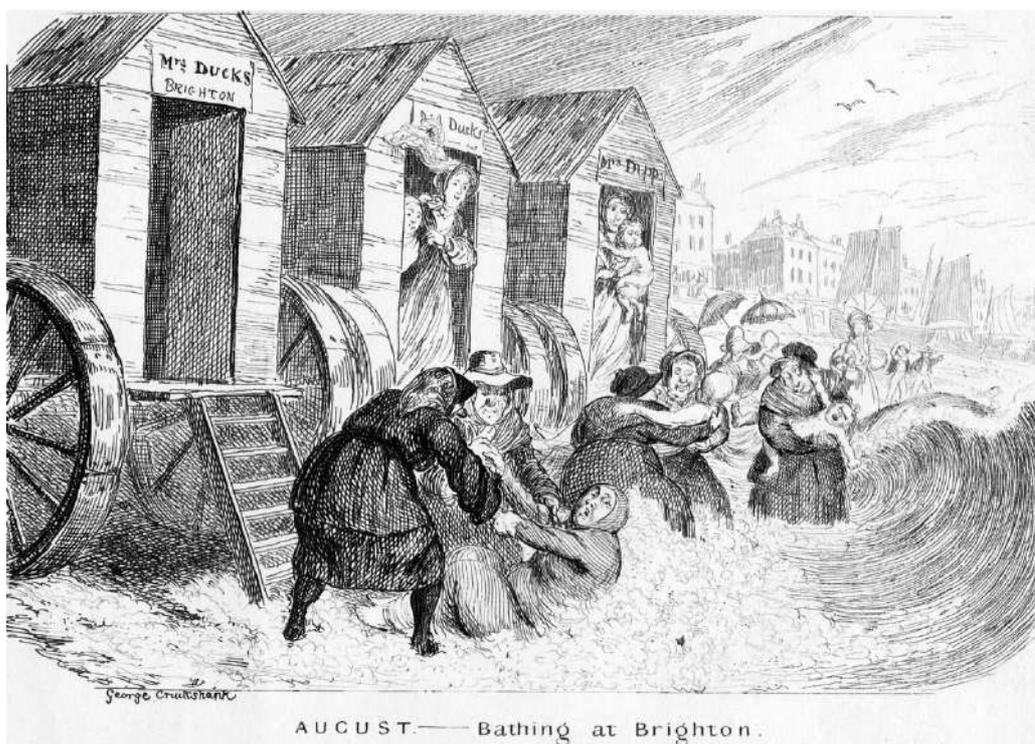
Tal espontaneidade contrastava com o sentimento de decoro e as boas maneiras cultivados pelos membros do topo da escala social. Por isso, mesmo com o aval médico, a nova terapêutica exigia o cumprimento de uma série de protocolos e o uso de diversos artefatos para se distinguir do banho de mar popular. São exemplos disso vestimentas, chapéus, toucas, barracas, instrumentos para massagens, boias e até um curioso veículo, chamado de *bathing machine* (Figuras 8), uma espécie de carruagem para os banhos de mar (VEBLEN, 1988, p. 25-28).

Figuras – Dois tipos de *bathing machines*.

O primeiro modelo trazia um toldo retrátil sobre a porta da cabine, que protegia o curista dos olhares alheios. Já o segundo, dispensava tal aparato. O contato com o mar causava estranhamento e, até, medo, sendo necessário, muitas vezes, o auxílio de banhistas profissionais durante os mergulhos.



(a) Uma vista de Margate, a partir de desenho de T. Smith, 1786.



(b) Banho em Brighton, gravura de George Cruikshank, c. 1850.

Fonte: Margate History/Creative Commons, 2016.

Nos últimos anos do século XVIII, os banhos de mar já estavam incorporados às atividades terapêuticas da nobreza e da aristocracia europeias e algumas praias ganharam notoriedade por serem frequentadas por membros da realeza. Brighton, na Inglaterra, merece destaque, pois se tornou um modelo de cidade balneária, oferecendo generosas opções de entretenimentos, como teatros, butiques, livrarias, passeios de barco, jogos e bailes, nos moldes da interiorana de Bath (CORBAIN, 1994, p. 254-255).

Portugal acompanhou o interesse pela vilegiatura marítima com certa defasagem. Somente em 1753 foi publicado o primeiro artigo médico sobre os benefícios dos banhos de mar, de autoria de um português, o Dr. Jacob de Castro Sarmiento (BRITO, 2003⁵ apud MARTINS, 2011, p. 12).

Trinta anos depois, em 1783, Caxias, em Portugal, se tornou a primeira praia a ser frequentada pelos membros da família real portuguesa. Mas o período entre o final do século XVIII e meados do século XIX foi muito conturbado politicamente, culminando com a invasão, do país, em 1807⁶, pelo exército de Napoleão Bonaparte. Esse episódio levou à transferência da corte para o Brasil, causando grande instabilidade política e uma guerra civil. Por isso, só a partir do primeiro quartel do século XIX os banhos de mar terapêuticos puderam se tornar mais regulares, levando as famílias elegantes a deixarem as cidades para desfrutarem de temporadas à beira-mar. Mesmo assim, as opções de hospedagem e divertimentos permaneceram limitadas, desenvolvendo-se mais a partir dos anos 1850 (MARTINS, 2011, p. 13-14).

O século XIX assistiu à consagração do gosto pela beira-mar em todo o mundo ocidental, tanto que na Inglaterra as cidades que mais cresceram foram as litorâneas. A partir de 1840, com a construção de ferrovias, o acesso às regiões balneárias foi tremendamente facilitado, tornando-se também mais rápido e barato. Isso fez com que os banhos de mar fossem adotados pelas classes média e trabalhadora, levando as elites a buscarem novas estratégias de distinção (WALTON, s.d., p. 1-2). Uma delas foi a incorporação da dinâmica da moda ao vestuário para banhos de mar, em especial no traje feminino.

⁵ BRITO, Sérgio Palma, *Notas sobre a evolução do viajar e a formação do turismo*. Lisboa: Medialivros, 2003.

⁶ A família real sai de Portugal em 1807 e chega ao Brasil em 1808. N.A.

1.2 Brasil: três séculos de corpo, banho e higiene (1500-1808)

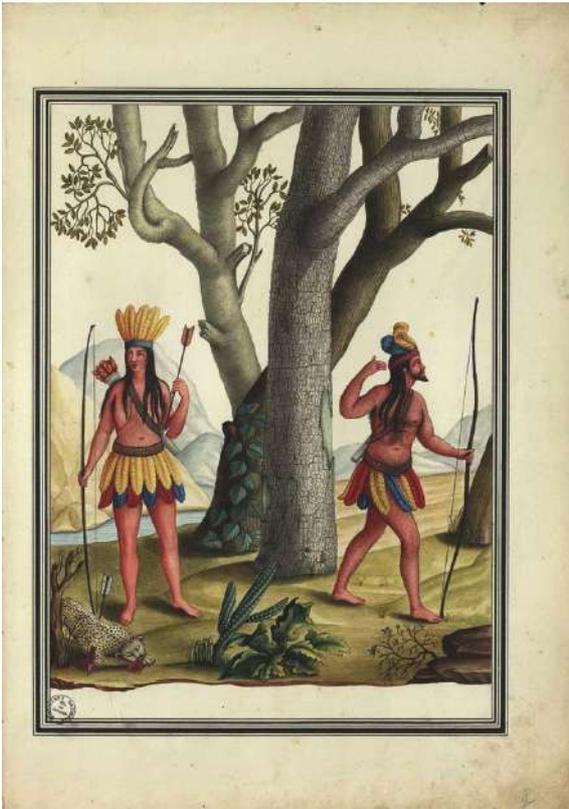
O primeiro relato sobre as terras brasileiras foi a Carta de Pero Vaz de Caminha, escrivão da frota de Pedro Álvares Cabral, que aportou nesse território no ano de 1500. Nela a naturalidade em relação à exposição do corpo nu pela população nativa já era digna de nota:

Ali andavam entre eles três ou quatro moças, bem moças e bem gentis, com cabelos muito pretos, compridos pelas espáduas, e suas vergonhas tão altas, tão cerradinhas e tão limpas das cabeleiras que, de as muito bem olharmos, não tínhamos nenhuma vergonha (CAMINHA, 2015, p. 4-5).

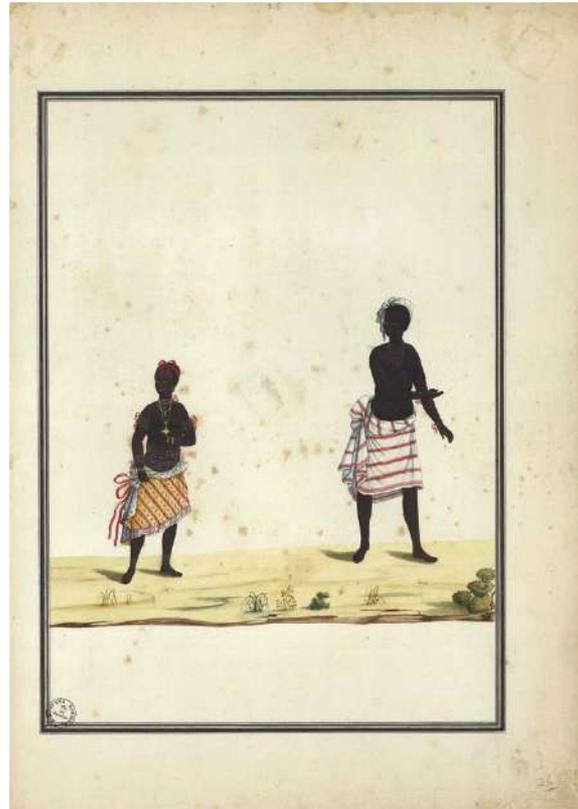
Tanto que, nos primeiros anos da colonização, o uso de roupas pela população nativa catequizada pelas missões religiosas não se impôs sem dificuldades. É o que mostra o relato de alguns viajantes estrangeiros, como o francês Jean de Léry (2009 apud FREYRE, 2006, p. 183), segundo quem as mulheres mal esperavam chegar a noite para tirarem suas saias e camisas (Figuras 9c), largando-se nuas pelas praias. Para os religiosos, a nudez só era tolerada nas crianças pequenas e, nos adultos, quando havia escassez de tecido para roupas. Já para o colono ela pouco lhe preocupava, inclusive, convindo-lhe economicamente, mesmo que isso significasse contrariar a moral cristã (FREYRE, 2006, p. 180).

Os cuidados com a higiene e os banhos frequentes também mereceram destaque na narrativa de Léry (2009 apud FREYRE, 2006, p. 183), sendo comum, principalmente às mulheres, banharem-se com muita frequência, “às vezes quase de hora em hora. Dez, doze banhos por dia”, motivando a resistência ao uso de roupas. Além disso, convém lembrar que, de acordo com o viajante Gabriel Soares de Souza ([201-?] apud FREYRE, 2006, p. 182), eram elas as principais responsáveis pelos cuidados higiênicos da tribo, cabendo aos homens a lavagem das redes no rio.

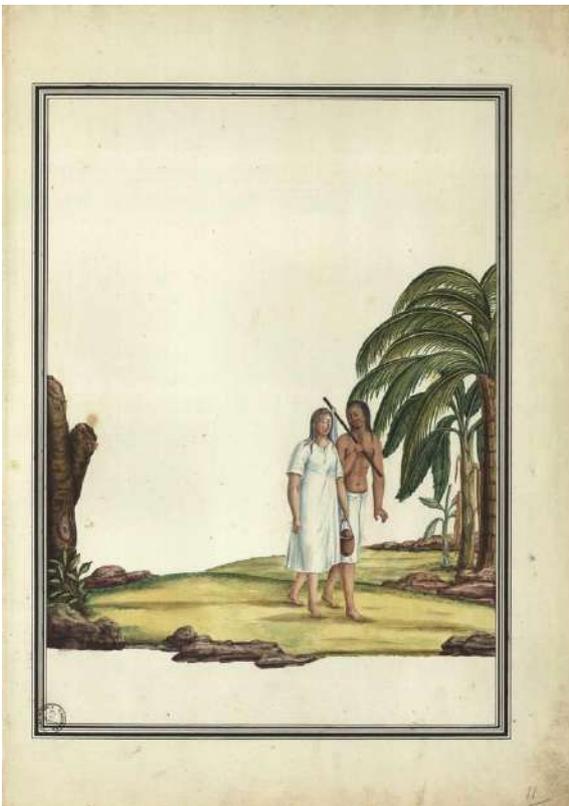
Essa exibição natural do corpo nu e a atenção dada à higiene pelos povos nativos contrastava com os costumes que vinham se impondo do outro lado do Atlântico. Ao longo dos séculos XV, XVI e XVII operou-se um progressivo relaxamento dos padrões de higiene na Europa, muito influenciado pela igreja católica. As casas de banho, por exemplo, onde a nudez era praxe, passaram a ser apontadas como ambientes promíscuos e responsáveis pela propagação de diversas doenças que castigaram o continente, como a sífilis (FREYRE, 2006, p. 181-182).



(a) Prancha Índios: duas figuras bronzeadas vestidas de penas



(b) Prancha Vestimentas de escravos



(c) Prancha Casal de nativos já catequisados

Figuras 9 – Modos de vestir no Brasil do século XVIII.

A maior exposição corporal dos habitantes originais do território (a) e de grande parte dos africanos escravizados (b), contrastava com a vestimenta imposta pela Igreja Católica aos nativos catequisados (c), em especial às mulheres.

Fonte: Carlos Julião/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Na Península Ibérica a imposição da moral católica, contrária aos cuidados corporais, também se fez notar, mesmo que a região tenha estado durante muitos séculos sob o domínio árabe, cultura extremamente afeita aos banhos e ao asseio, e o contato comercial direto com suas colônias no oriente fosse intenso. De qualquer modo, quando comparados a outros povos europeus, os lusitanos estavam entre os mais limpos (FREYRE, 2006, p. 181-182).

Com o avançar da colonização, operou-se uma mescla entre aspectos das culturas nativa, africana e portuguesa, intensificada pelo isolamento que caracterizava da vida na América Portuguesa. Tanto geográfico, devido à população numericamente reduzida, dispersa em um território de dimensões continentais, quanto econômico, pelo Pacto Colonial, acordo que garantia à metrópole controle sobre as relações comerciais no Brasil. No entanto, havia uma pressão oficial no sentido de aculturar as populações nativa e africana o que, no âmbito das aparências, impunha o uso de um vestuário mínimo, proibindo a nudez, principalmente das mulheres (SILVA, 2004, p. 228).

De um modo geral, o asseio do corpo e a limpeza da casa eram importantes, atenuando a falta de higiene das ruas e das cidades. Os mais abastados costumavam tomar banhos de gamela e de assento, mas os de rio eram amplamente difundidos, e exigiam das senhoras mais recatadas o uso de uma espécie de camisolão comprido, chamado cabeção. Já o banho de mar não era hábito, até por que suas águas, quando próximas aos núcleos urbanos, eram comumente usadas para o despejo dos dejetos produzidos pela população (FREYRE, 1985, p. 195).

Às mulheres da elite impunha-se uma rotina voltada para a intimidade da casa, onde o uso de vestimentas amplas, leves e decotadas deixava o corpo mais fresco e à vontade; também predominava o modo de sentar à oriental, no chão de pernas cruzadas (FREYRE, 2006, p. 315). Quanto à forma, este traje não diferia muito daquele exibido pelas mulheres livres de condição social inferior ou mesmo por escravas de casa. A base era uma combinação de camisa branca e ampla com saia rodada e uma espécie de xale sobre o corpo (Figuras 10). O que marcava as diferenças sociais era a qualidade dos materiais empregados em sua confecção.

O luxo e a riqueza na aparência eram ostentados nas poucas ocasiões sociais, geralmente ligadas à igreja, estendendo-se inclusive às mucamas, quando eram exibidas com vestimentas ricas e joias condizentes com as posses de suas senhoras (FREYRE, 1985, p. 98, 143; SILVA, 2004, p. 229).



(a) Prancha *Negras vendedoras de rua*

Figuras 10 – Trajes femininos do Brasil no século XVIII.

Sendo escrava ou livre, a base da vestimenta para as mulheres era a mesma: uma saia rodada com bainha na altura da panturrilha, uma blusa ampla, geralmente branca, e uma peça de sobreposição, como um pano, xale, roupão ou casaco. O que mudava era a qualidade dos materiais e acabamentos empregados na confecção, além do uso de complementos, como meias, sapatos, chapéus e joias.

Vale observar que as escravas da prancha (a) estão mais vestidas que as da Figura 9b, na página 74, provavelmente por ocuparem funções relacionadas à rotina da casa de seus senhores, como a venda de doces e outros artigos.

Fonte: Carlos Julião/Biblioteca Nacional Digital, 2015.



(b) Prancha *Trajes femininos*

A chegada da família real portuguesa ao Brasil em 1808 detonou o que Freyre (1985, p. 309) chamou de *reeuropeização*, isto é, uma renovação do contato da colônia com a cultura europeia não-lusitana. O modo de vida na América portuguesa de então preservava muito da influência asiática trazida pelo colonizador português e aqui mesclada a elementos nativos e africanos. Por isso, contrastava sobremaneira com Portugal e uma Europa “industrial, comercial, mecânica, [d]a burguesia triunfante” dos primórdios do século XIX.

Esse contato promoveu profundas mudanças, principalmente no Rio de Janeiro, recém promovido a sede do império português e, posteriormente, a capital do império do Brasil (1822). Condição que proporcionou à população da cidade o convívio direto com a corte e com diversos estrangeiros, que aqui se instalaram atraída, principalmente, por interesses políticos e comerciais. Essas presenças difundiram novos padrões de consumo e comportamento, acentuando os cuidados com a aparência, o corpo, a higiene e a saúde e entre as novidades para atender a essas demandas estavam os banhos terapêuticos, em suas diversas modalidades. Uma delas era o banho de mar, que contava a ser favor com o clima quente, as muitas opções de praias localizadas em plena região central e a tradição dos banhos de asseio corporal.

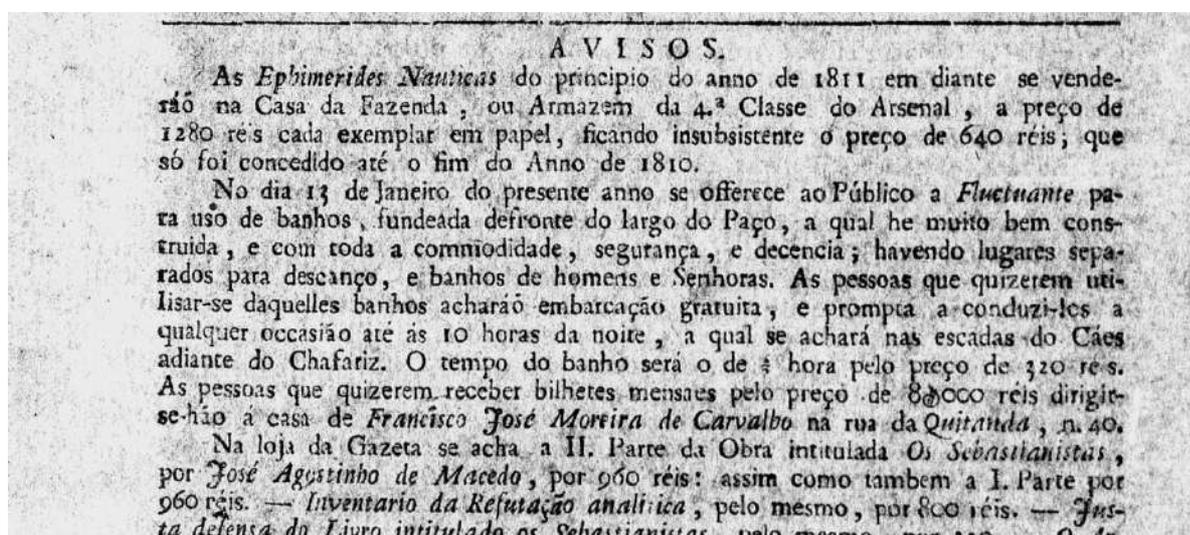
Ao longo do século XIX, a prática terapêutica do banho de mar iria se popularizar, aproximando-se cada vez mais do que seria uma atividade de lazer. No entanto, esse processo não se operou do dia para noite, tampouco deixou de gerar tensões entre antigos e novos hábitos, entre povo e elite civilizada, entre o que se convinha mostrar e esconder do corpo antes, durante ou depois dos mergulhos, como veremos a seguir.

1.3 Nas águas da Guanabara: entre a saúde e o prazer (1808-1920)

Uma das primeiras medidas tomadas pelo príncipe-regente D. João ao chegar ao Rio de Janeiro foi fundar a Imprensa Régia, no dia 13 de maio de 1808, dando início ao uso da tipografia para a produção de periódicos oficiais. O primeiro jornal impresso na cidade foi a *Gazeta do Rio de Janeiro*, que circulou entre 1808 e 1822, onde surgem as primeiras referências à prática dos banhos de mar terapêuticos. Na edição do dia 13 de janeiro de 1811 foi digno de nota a inauguração dos serviços de uma barca especialmente adaptada para banhos de mar, a *Flutuante*, que ficava atracada em

frente ao largo do Paço e funcionava até as dez horas da noite. Cada banho tinha a duração de meia hora e custava 320 réis e o acesso se dava com o auxílio de uma embarcação, que saía do cais em frente ao chafariz do largo e conduzia os interessados gratuitamente até a barca. Assinaturas mensais eram permitidas e custavam 8\$000 réis, devendo ser tratadas diretamente com Francisco José Moreira de Carvalho, na Rua da Quitanda 40 (Figura 11) (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, n. 1, 1811, p.4).

Figura 11 – Anúncio da barca de banhos, 1811.
Na Flutuante, homens e senhoras se banhavam separadamente, garantindo a decência do serviço.



Fonte: Gazeta do Rio de Janeiro, 2 jan. 1811, p. 4/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Alguns dias depois já havia mais um escaler para conduzir os clientes até a barca de banhos, partindo do Cais de Braz de Pina, em frente à Rua dos Pescadores (próximo ao Arsenal de Marinha) (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, n. 7, 1811, p. 4). No dia primeiro de outubro do ano seguinte a *Flutuante* voltou à ativa, agora com salas de espera, camarotes e tanques aumentados, separados para cada sexo. Homens casados poderiam entrar com suas esposas em tanques e camarotes especiais, mediante assinatura mensal (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, n. 76, 1812, p. 4).

O historiador português Augusto Vieira da Silva (1950, p. 3 apud CANÍCULA EM LISBOA, 24 mar. 2013; idem, 1960 apud BARCAS DE BANHO, 20 jan. 2015) descreveu como era a barca de banhos que frequentou, em 1875, no rio Tejo, em Lisboa. Provavelmente semelhante à do Rio de Janeiro:

Tratavam-se de velhos cascos de barcos que se adaptavam a essa nova aplicação. Para esse efeito, ao longo de uma coxia longitudinal de circulação

no convés, adaptava-se, a cada um dos costados, de proa à popa, uma estrutura de madeira semelhante a uma longa caixa, com tecto, dividida interiormente por tábuas transversais em celas ou compartimentos, com uma porta para o convés na parede anterior. Constituíam essas cela as barracas, para os banhistas se vestirem e despirem.

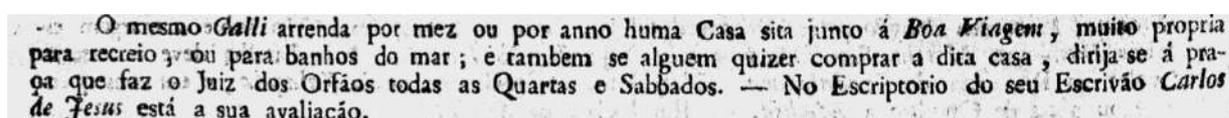
Os compartimentos alongavam-se para fora do convés do barco, e as suas paredes laterais e as posteriores, que desciam vedadas até ao nível da água, prolongavam-se para baixo deste nível com a forma de gaiolas, com três das suas paredes feitas de grades de sarrafos, e com o fundo de tábuas de soalho, que ficava cerca de 1,30 m abaixo do nível normal da água nos compartimentos. Deste modo, cada barraca podia considerar-se formada por dois compartimentos sobrepostos: um aéreo, com o pavimento ou estrado a nível do convés, no qual os banhistas se preparavam para o banho; outro aquático ou submerso, ou poço onde se tomava banho, limitado pelo gradeamento de sarrafos e pelo costado do barco.

Como os barcas estavam fundeadas, a água corrente do rio atravessavam os diversos compartimentos, pelos intervalos das grades de madeira o que proporcionava aos banhistas água corrente, com alguns encontros inesperados com peixes, alforrecas e uma ou outra imundície que vagueava pelo rio (1950, p. 3 apud CANÍCULA, 24 mar. 2013; Idem, 1960 apud BARCAS, 20 jan. 2015).

De acordo com a *Gazeta do Rio de Janeiro* de 7 de julho de 1821, haviam duas barcas de banhos de mar na cidade e um certo senhor Antonio Ignacio Casado pleiteava uma licença para a abertura de uma terceira. Uma opção para quem dispunha de mais capital era a compra ou o aluguel de uma propriedade próxima a uma praia adequada aos banhos de mar. Nas edições desse mesmo periódico também aparecem anúncios dessa natureza.

Em 22 de fevereiro de 1812, Francisco Galli arrendava uma propriedade na praia de Boa Viagem, em Niterói, “muito própria para recreios, ou para banhos do mar” (Figura 12). Em 22 de junho do mesmo ano, o “Diogo Gambier vendia uma chácara “mui conveniente por ser junto à pequena enseada de Botafogo, para os banhos do mar”. De acordo com a edição de 15 de janeiro de 1817, era possível “arrematar uma morada de casas térreas [...] muito próprias para banhos do mar”, localizada na praia de São Diogo⁷, no interior da Baía de Guanabara.

Figura 12 – Anúncio de casa própria para banhos de mar, 1812.



Fonte: *Gazeta do Rio de Janeiro*, 22 fev. 1812, p. 4/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

⁷ A praia de S. Diogo foi aterrada por ocasião das obras de construção do cais do porto no início do século XX, correspondendo hoje às imediações da rodoviária Novo Rio, no bairro de Santo Cristo.

Em 1818 haviam dois anúncios, um para comprar “uma casa abarracada muito própria para banhos a beira-mar no Saco do Alferes”, na edição de 28 de março, e outro, em 14 de outubro, sobre duas boas casas térreas em Niterói, “no lugar denominado o *Cabaceiro*, entre a *Praia Grande* e *S. Domingos*,⁸ excelente para banhos”. Por fim, no jornal de 27 de janeiro de 1819 havia “uma casa na Ponta do Caju, beira-mar, bom lugar para banhos frente para a Cidade”. Ao que parece, a mesma que estava disponível na edição de 15 de dezembro do mesmo ano.

A cada número, a *Gazeta do Rio de Janeiro* procurava atualizar os leitores sobre os acontecimentos políticos e sociais na Europa e não eram incomuns referências à temporadas balneárias protagonizadas por membros da nobreza:

S. M. El-Rei da *Prússia* partirá no princípio de setembro para *Toeplitz* [na Alemanha], onde há de passar quinze dias. [...] Há muito que os nossos banhos não tem sido tão brilhantes, nem frequentados por tão grande número de personagens celebres como este ano. Além de Sua Majestade el-Rei da *Prússia*, tivemos o Príncipe *Blucher* e o Príncipe da *Hardenberg*; possuímos ainda o Conde de *Gneisenau*, e o Conde de *Rostopckim*, que se immortalizou em 1812, e que por seus talentos e seu patriotismo, mereceu o reconhecimento e admiração de seus contemporâneos, chegou aqui há dias. (*Courier*) (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, 1816, p. 1)

Outro jornal no qual havia esse tipo de anúncio era o *Diário do Rio de Janeiro*. Na edição 300.002 de 1824, por exemplo, havia uma pessoa interessada em “uma casa para alugar, [...] na Rua da Lapa, ou na vizinhança em situação conveniente para tomar banhos no mar”. Em outra nota, percebe-se que ainda não havia o hábito — generalizado nos dias de hoje — de construir casas a beira-mar com a fachada frontal voltada para o oceano. Exemplo disso aparece na edição 206 de 1855, onde se divulga uma “espaçosa casa de sobrado [...] com saída para banhos do mar na praia do Flamengo para onde deita fundos”. Isso se explica pelo uso, já citado, do mar próximo ao núcleo urbano como depósito de lixo, excrementos e, até mesmo, de corpos de animais e negros mortos (FREYRE, 2006, p. 195). Convém citar que só foi iniciada a construção de uma rede de esgotos no Rio de Janeiro em 1860. Até então, essa função cabia aos *tigres*⁹, apelido dos escravos responsáveis pelo transporte até o mar de grandes barris de madeira repletos de excrementos, que circulavam pelas ruas da cidade durante a noite (Figura 13) (ALENCASTRO, 1997, p. 67).

⁸ Grifos do original.

⁹ O nome tigre vinha da aparência de seus corpos, que ficavam totalmente listrados pelo conteúdo que escorria dos tonéis ao longo do percurso (ALENCASTRO, 1997, p. 67).

Figura 13 – Tigres lançando dejetos na praia de Dom Manoel, 1861.

Esse era o apelido dado aos escravos que faziam as vezes do “sistema de esgoto”, ainda inexistente na cidade do Rio de Janeiro de então. A praia de Dom Manoel, ou praia Manoel de Brito, hoje aterrada, correspondia à orla entre os morros de São Bento e do Castelo (GASPAR; CORRÊA, 2004, p. 160).



Fonte: A Semana Ilustrada, 1861/Coleção José Mindlin apud Alencastro, 1997, p. 70.

A barca de banhos, embora localizada em frente ao Largo do Paço, no coração da cidade, ficava atracada a uma boa distância do cais, onde as águas eram mais limpas. Quanto às casas adequadas para banhos de mar, anunciadas pela imprensa, localizavam-se fora núcleo urbano principal, em praias como Boa Viagem em Niterói, Botafogo, São Diogo, Flamengo, Ponta do Caju e Lapa, todas banhadas pelas águas da Baía de Guanabara. Afinal, seria um contrassenso

encontrar indivíduos ciosos dos modernos padrões europeus de civilidade, que valorizavam os cuidados de higiene para saúde, banhando-se em águas poluídas, como fazia um escravo ou cidadão livre do povo.

Não só o lugar onde se banhava funcionava como elemento distintivo, mas também o modo de se banhar, o que exigia investimento financeiro e pessoal para se adequar a essa nova atividade. Na *Flutuante*, a troca de roupa era feita em cabines, assim como os banhos, que, além de mais seguros, estavam sujeitos a normas, que regulavam tanto o comportamento dos indivíduos nesse ambiente, quanto o tipo de traje mais adequado. Na praia, a troca da roupa cotidiana por uma indumentária adequada aos banhos deveria ser feita dentro de uma barraca (Figura 14), longe do olhar alheio. E por mais que o figurino usado nos banhos de mar fosse volumoso, pesado e cobrisse quase todo o corpo, assemelhava-se à roupa íntima da época. Portanto, seu uso deveria limitar-se aos mergulhos, não devendo ser exibido no trajeto de ida e volta da praia.

Figura 14 – Banhos terapêuticos no Rio de Janeiro, 1874.

À esquerda, veem-se barracas usadas para a troca de roupa para os banhos de mar.



Fonte: A Semana Ilustrada, 1874/Coleção José Mindlin apud Alencastro, 1997, p. 76.

Devido à necessidade de transportar e montar toda uma parafernália para sua prática, o banho de mar à moda europeia manteve-se, no Rio de Janeiro, durante a maior parte do século XIX, praticamente restrito àqueles que dispunham de escravos pessoais. Afinal, por viver em uma sociedade escravocrata, a população livre era culturalmente avessa a qualquer atividade que exigisse algum esforço físico. Até mesmo o transporte de simples objetos de uso pessoal, como uma toalha de banho, era considerado inadequado.

A família real também foi adepta dos banhos de mar. Dispunha, inclusive, de uma casa de banhos particular, na praia da Ponta do Caju, que ficava próxima ao palácio da Quinta da Boa Vista, em São Cristóvão. A propriedade, conhecida como Quinta do Caju, foi cedida pelo Comendador Luiz Tavares Guerra para que o monarca pudesse tratar de ferimentos na perna, de difícil cicatrização. Sua esposa, Carlota Joaquina, preferia os banhos de mar em Botafogo, onde possuía um solar, e, segundo Dunlop (1963, p. 33), D. Pedro I, seu filho, mandou construir um pavilhão para a troca de roupa dos banhistas. Mesmo assim, consta que toda a linhagem imperial, até D. Pedro II, frequentou a Quinta do Caju.

Os motivos que levaram o monarca a adotar esse tratamento são controversos. Baseiam-se em relatos de viajantes estrangeiros que viveram no Rio de Janeiro, como Rose Freicynet. A francesa esteve na cidade entre dezembro de 1817 e janeiro de 1818 e, de acordo com os conterrâneos que conheceu durante sua estada, os hábitos higiênicos da nobreza local eram pouco apurados. Em seu diário de viagem ela não citou nomes, mas se referia a “uma das pessoas mais poderosas do reino”, que padecia de uma grave doença na perna. O mal foi sanado com banhos de água salgada, apesar de sua relutância em aceitar o tratamento:

Muitos médicos portugueses foram chamados e, depois de esgotarem o seu saber sem resultados, foram substituídos por um religioso francês que tinha fama de entender de medicina e, sobretudo, de curar feridas. O francês convenceu o ilustre personagem a lavar a perna, depois de muita relutância em adotar tão extraordinário remédio. A receita foi seguida e, mediante a aplicação de umas bobagens para fechar a ferida, o mal desapareceu em poucos dias. Uma vez curado, porém, o doente deixou de lavar a perna, o mal voltou e o religioso foi novamente chamado. Ele recomendou o mesmo remédio, que pareceu tão desagradável ao doente, que este preferiu mandar o doutor e seus estranhos remédios passearem. Durante o tempo que permanecemos no Rio, a grande figura adoentada ainda não podia sair de casa, porque estava imobilizado pelo referido mal (FREICYNET, 0000, p. 00 apud FRANÇA, 2008, p. 80)

Mesmo não tendo citado o nome do paciente, a francesa se referia a D. João VI, pois seu relato é muito semelhante ao de outros estrangeiros. O inglês James Henderson (1821, p. 75), foi um deles. Afirmou que as feridas na perna de D. João haviam sido causadas por mordidas de carrapato. Versão posteriormente replicada pelos historiadores Antônio Baptista Pereira (1934, p. 335-336) e Pedro Calmon (1943, p. 225-226), já no século XX. De acordo com este último:

Mordeu-o um carrapato em Santa Cruz, a inflamação lhe causou febre, e piorou de tal sorte do hereditário incomodo das pernas [erisipela] que a corte receou complicações funestas. Sarou lentamente. Aconselharam-lhe banhos salgados. Decerto lhe lembraram a receita que certo médico russo dera a Catarina II, cujos tornozelos inchados e disformes foram por algum tempo tratados com água do mar. Mandou fazer na praia do Cajú um grande caixão de madeira. Metia-se nele, uns turcos de navio o arriavam na maré, e assim, sem perigo, vigiado pelo médico e pelos lacaios, tomava um banho salutar. Fez-lhe bem (CALMON, 1943, p. 225-226).

Mas para o historiador João Fernando de Almeida Prado (1968, p. 223; 1973, p. 50), tais histórias eram puro “sensacionalismo”:

A realidade é muito diversa. Estava o temperamento sanguíneo de D. João sujeito a crises de erisipela de caráter crônico, e ao chegar de Lisboa ao Rio de Janeiro, já trazia o príncipe o incômodo. Invalida a versão de Tobias Monteiro, de que o regente mandara fazer à beira-mar um engradado ou cocho para tomar banhos, por temer caranguejos, muito capazes de repetir a façanha dos outros bicharocos... Mais certo seria admitir o cocho como expediente usual no reino para banhos durante o verão como era comum no Tejo, defronte a Lisboa e mais tarde em Botafogo no Rio, segundo o prof. João Marinho chegou a conhecer (PRADO, 1968, p. 223).

Mesmo sendo fontes históricas importantes, o conteúdo desses relatos de viagem devem ser analisados com cuidado e, se necessário, relativizados. Não se pode negar que as nações europeias mais poderosas, consideradas avançadas e superiores de acordo com a mentalidade da época, viam a corte portuguesa com certo preconceito. No caso de Freycenet, a própria afirma não ter convivido com qualquer família portuguesa durante sua temporada no Rio de Janeiro. Também não foram encontradas alusões a esse episódio nos periódicos da época disponíveis para consulta na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Verdade ou não, o que de fato se pode afirmar é que casa de banhos de D. João VI ainda está de pé, apesar das transformações urbanísticas sofridas pelo Rio de Janeiro ao longo do século XX. O prédio, tombado pelo IPHAN em 1938 e restaurado pela *Companhia de Limpeza Urbana (Comlurb)* em 1996, abriga hoje o *Museu da Limpeza Urbana*. No entanto, a praia do Caju não teve a mesma sorte. Foi

totalmente aterrada durante as obras de modernização do porto do Rio de Janeiro, iniciadas em 1904, no governo do prefeito Pereira Passos (Figura 15).

Figura 15 – Casa de Banho de D. João VI na Praia do Caju 385.



Fonte: Halley Pacheco de Oliveira/Creative Commons, 2011.

Outro adepto dos banhos de mar entre os membros da família real portuguesa foi D. Pedro I. Notório por seu comportamento pouco ortodoxo para um imperador,¹⁰ costumava se banhar no mar sem roupas. Episódio registrado por dois visitantes estrangeiros no Rio de Janeiro:

[...] quando toma banhos de mar em Botafogo, o que é sempre motivo para atrair curiosos, diverte-se o Imperador em brincar com as crianças, jogando-as na água; outras vezes sai a passeio, muito à vontade, pela praia *in puris naturalibus*, deixando que desconhecidos lhe beijem as mãos, o que às vezes acontece na presença de mulheres (EBEL, 1972, p. 152).

O pudor era-lhe totalmente desconhecido. Havia em frente à residência do cônsul-geral da Prússia, von Theremin, uma chácara no Catete, a qual o príncipe ia ter com

¹⁰ Ebel (1972, p. 152) também registra outra “falta de educação” do Imperador D. Pedro I: “[...] é bem sabido que se ele chega a casa com fome e encontra seus criados à mesa, participa sem a menor cerimônia da refeição [...]”.

frequência para tomar banhos. Um dia achava-se na casa do cônsul numerosa companhia da qual faziam parte senhoras. Para gozar da frescata, aproximaram-se algumas das janelas, quando de repente, no terraço do prédio fronteiro, apareceu o soberano do Brasil, completamente nu, como um jovem Deus, *in puris naturalibus*. As senhoras fugiram espavoridas... D. Pedro, porém, soltou estrepitosa gargalhada, atirando-se em seguida ao mar (BÖSCHE, 1929, p. 85 apud EBEL, 1972, p. 152).

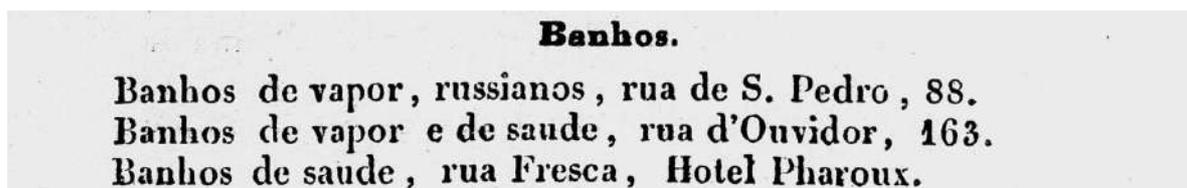
As excentricidades de D. Pedro I até podiam ser toleradas devido a sua posição, mas não as da população em geral. Em 1838 a Câmara Municipal do Rio de Janeiro publicou um código de posturas que proibia o banho nu nas praias cariocas. A partir de então, tornou-se obrigatório que “homens e mulheres, livres ou escravos — estivessem vestidos *de modo que não ofenda a moral*”. A nudez pública estava entre as atitudes condenadas pelas regras de comportamento das elites das principais nações europeias. Modelo ao qual a boa sociedade carioca tentava imitar, por entendê-lo como indicativo de uma cultura superior, isto é, que atingira o ápice do desenvolvimento humano da época. O Estado intervinha de acordo com suas possibilidades, mas a aceitação generalizada das novas normas de conduta entre as diversas camadas da população foi lenta e gradativa. Além disso, a redação da lei não especificava como deveria ser a vestimenta ideal para os banhos, ficando a critério de cada um decidir sobre o que seria ou não mais adequado. Os banhos nus estavam tão enraizados na cultura popular que continuavam acontecendo. Tanto que, na sessão do dia 20 de outubro de 1885 da Assembleia Legislativa, foi instituída multa de dez mil réis (10\$) e quatro dias de prisão aos infratores. Mesmo assim, até as primeiras décadas do século XX, eventuais episódios de nudez nas praias ainda aconteciam, sendo prontamente reprimidos pelas forças policiais.

O desenvolvimento dos banhos de mar no Rio de Janeiro também pode ser acompanhado pelo *Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial do Rio de Janeiro*, mais conhecido como *Almanak Laemmert*. A publicação, luxuosa e muito respeitada em sua época, trazia informações sobre a indústria, o comércio e os serviços disponíveis na cidade, além de anúncios (REVISTA DE HISTÓRIA, 2010).

Em sua primeira edição, em 1844, já havia uma seção intitulada *Banhos*, citando três estabelecimentos: o *Banhos de vapor, russianos*, na Rua de São Pedro 88; o *Banhos de vapor e de saúde*, na Rua do Ouvidor 163, e o *Banhos de saúde*, na Rua Fresca 1 (ALMANAK LAEMMERT, 1844, p. 242) (Figura 16). Este último ficava no mesmo endereço do Hotel Pharoux, na época, considerada a melhor casa de hospedagem do Rio de Janeiro. Essas casas localizavam-se em endereços de prestígio, como a Rua do Ouvidor, reduto do comércio de luxo carioca, e a Rua

Fresca, próxima ao Paço Imperial, sede administrativa da província e do império. Referências à saúde aparecem no nome de duas dessas casas, salientando o caráter predominantemente terapêutico da atividade. Mesmo assim, no *Almanak Laemmert* não há qualquer alusão a médicos responsáveis por esses serviços.

Figura 16 – Seção *Banhos* na primeira edição do *Almanak Laemmert*, 1844.



Fonte: Almanak Laemmert, 1844, p. 242/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Até 1866, havia entre três e quatro anúncios de casas de banhos por edição do almanaque, sem contar com a *Empreza de Barca de Banhos* (Figura 17), que apareceu pela primeira vez nessa publicação em 1849 e se manteve, por muito tempo como, a única anunciante exclusivamente dedicada aos banhos de mar. Outra exceção foi a barca de natação, que apareceu em 1854 e ficava ao lado da barca de banhos. Sinal de que os benefícios à saúde advindos da prática de atividades esportivas começavam a se difundir no Rio de Janeiro. A barca de natação não permitia a entrada de mulheres e seu anúncio exibia regras de comportamento muito claras sobre como os frequentadores deveriam se comportar:

É PROIBIDO:

Entrar no banho sem ceroula.
 Proferir palavras indecentes.
 Provocar ou fazer assuadas.
 Subir à tolda ou a lugar donde possa ser visto de fora.
 Embaraçar por qualquer modo as pessoas
 que estiverem nadando, ou tomando lições, etc.

A bordo a um sortimento abundante de ceroulas e toalhas,
 e serão alugadas a quem o exigir.
 (ALMANAK LAEMMERT, 1854, p. 512)

Mais uma vez era necessário lembrar que a nudez não era permitida, assim como outros comportamentos que pudessem incomodar aos demais frequentadores. Um reflexo do novo padrão de comportamento que vinha se impondo, europeu e “civilizado”, que não se restringia aos estabelecimentos de banho, mas permeava as

relações sociais e a relação de cada indivíduo consigo mesmo. Sua assimilação se deu primeiro e com mais intensidade nos estratos sociais mais elevados, impondo-se mais lentamente às outras classes. Essa nova sensibilidade, de caráter burguês, contemplava o aperfeiçoamento do autocontrole individual em relação às ações e emoções, baseando-se em um rigoroso código de etiqueta, regras que deveriam necessariamente se transformar em hábitos (ELIAS, 1996, p. 186).

Figura 17 – Anúncio da *Barca de Banhos*, 1856.

EMPRESA DE BARCA DE BANHOS.

Existe estacionada em frente ao hotel Pharoux a Barca de Banhos, novamente reformada e pintada de novo, havendo um toilette e outras commodidades para as senhoras que honrarem este util estabelecimento. Vai pôr-se em construção a barca de natação, segundo o modelo e gosto mais moderno.

Os bilhetes vendem-se a bordo da dita barca, e por especial favor na rua do Ouvidor, 130, com 10 por % de abatimento em 30, ou 20 por % em 100. — Admitte-se a toda a pessoa que toma banho, o levar, quando precise, qualquer criança até 6 annos, sendo o banho para este gratis. Banho por qualquer pessoa de 6 annos para cima, a qualquer hora, 400 rs. — *Francisco da Nobrega Quintal*, gerente.

Fonte: Almanak Laemmert, 1856, p. 604/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

A partir da década de 1870, no *Almanak Laemmert*, cresceria o número de estabelecimentos oferecendo banhos de mar, com destaque para dois fiéis anunciantes: a *Casa de Saúde* comandada pelo Dr. Manoel Joaquim Fernandes Eiras, em Botafogo (1872), onde antes funcionava a *Casa de Saúde Peixoto*¹¹ (Figuras 18) —; e a *Casa de Saúde dos Doutores Catta-Preta, Marinho e Werneck* (1882), na Rua Fresca, n. 1, na praia de D. Manuel, próxima à atual Praça XV de Novembro, onde funcionou os estabelecimentos *Hotel Pharoux* e *Banhos de Saúde* (Figuras 19 e 20). Através de seus anúncios, que ocupavam páginas inteiras, foi possível notar que tais instituições já eram bem diferentes das casas de banhos dos primeiros anos do almanaque. O prestígio e a influência crescentes da medicina

¹¹ Em 2008 a *Casa de Saúde Dr. Eiras* deu lugar a um condomínio residencial de luxo. N.A.

estimularam o surgimento de estabelecimentos médicos mais estruturados, que se organizavam de modo semelhante ao das clínicas de saúde atuais, como esses dois exemplos. Ambas cobriam várias especialidades médicas e ofereciam serviços hospitalares diversificados, como internações e tratamentos para diversas enfermidades, entre os quais se destacavam os banhos de mar.

Figuras 18 – Anúncio da Casa de Saúde do Dr. Eiras, 1872.

4 NOTABILIDADES

CASA DE SAUDE

A' Rua d'Ajuda N.º 66 e 68, e á Rua d'Olinda, em Botafogo
(ANTIGA CASA PEIXOTO)

RIO DE JANEIRO

DIRECTOR E PROPRIETARIO.— Dr. Manoel Joaquim Fernandes Eiras

SERVIÇO MEDICO-CIRURGICO.

MEDICINA	}	Dr. Francisco de Paula Costa. Dr. João Vicente Torres-Homen. Dr. Albino Alvarenga.
OPHTALMOLOGIA		Dr. Hilário de Gouvea.
CIRURGIA		Dr. Pereira Guimarães.
MOLESTIAS DA GARGANTA E CAVIDADES MARIAS		Dr. Eiras.
PARTOS E MOLESTIAS DE MULHERES		Dr. Luiz da Cunha Feijó Filho.

A Casa de Saúde da Nossa Senhora d'Ajuda e Maternidade annexa, offerece pela sua reputação, sua posição e seus commodos as melhores vantagens e garantias aos doentes de todas as classes da Sociedade.

Situada n'um dos pontos mais saudaveis da cidade, tendo 6 janelas de frente e 20 de lado, recebe uma ventação livre e purificada pela vegetação das montanhas que a cercão por diversos lados.

Possue um magnifico jardim, dotado de espasas alamedas e copadas arvores para o recreio e refrigerio dos doentes.

Estabelecida ha nove annos, já tem recebido em tratamento um numero superior á 8 mil doentes.

A Casa da rua de Olinda, em Botafogo, estabelecida ha mais de 18 annos, em uma pitoresca e saudavel posição, sobre uma collina, que domina toda a bahia de Botafogo e os seus arredores, cercada por todos os lados de nascentes de agua, de uma fonte perenne de agua ferrea, de um siezante jardim, e de uma grande chaçara plantada de arvores frondozos, offerece igualmente todos os beneficios e confortos aos doentes, especialmente aos convalescentes.

Ambas estas casas possuem vastas e accladas enfermarias, ventiladas de um ar puro; salas e quartos com todo o gosto e decencia.

Todos os repartimentos são separados conforme as condições, sexo e classe dos enfermos.

Existem enfermarias separadas para escravos, para escravas, quartos para homens, quartos para mulheres.

A Administração vêia com toda a severidade em prol da moralidade, e do respeito aos doentes.

(Segue.)

CASA DE SAUDE — EIRAS 5

Existem quartos proprios para os alienados, em cujo curativo só se empregão os meios brandos e moraes.

Os seus quartos são separados e escondidos ás vistas dos curiosos; o seu serviço é feito por pessoas especiaes.

Todos os quartos, salas e enfermarias são illuminados á gaz; podendo os doentes de quartos particulares usar de outras luzes, conforme combinar com a administração.

Todos os utensilios necessarios são fornecidos pela casa: camas de ferro, colchões de todas as qualidades, lençoes de linho, cortinados, commodas, lavatorios de marmore, etc., etc.

A comida ou dieta, sempre appropriada ao estado dos enfermos, é abundante, variada e saudavel.

O serviço de saúde, estabelecido sobre as mais largas bases, está em perfeita harmonia com a parte material e administrativa dos Estabelecimentos.

Os medicos e cirurgiões, que no principio nomeámos, passão a visita todos os dias pela manhã; e são chamados á qualquer hora do dia ou da noite, quando apparece qualquer caso grave.

Além destes medicos, residem em ambas as casas outros para fazer administrar á tempo e á horas os medicamentos prescritos, praticar os curativos, e velar emitta sobre tudo quanto possa occorrer.

Enfermeiros estrangeiros e nacionaes alternão o serviço dos doentes dia e noite.

As enfermarias das escravas e os quartos das mulheres são servidos por enfermeiras e criadas.

Em cada um dos Estabelecimentos existe uma pharmacia, dirigida por habéis pharmaceuticos.

Possuem magnificas banheiras de marmore; banhos de chuva, de vapor; duchas e toda a especie de banhos medicinaes; um arsenal completo de todos os instrumentos e aparelhos chirurgicos; diferentes jornaes estrangeiros e nacionaes, e uma grande bibliotheca de livros em diferentes linguas.

A Casa da rua de Olinda, por estar situada em pequena distancia do mar, proxima á bahia de Botafogo, offerece commodos vantajosos á todos, que quizerem entrar no uso dos banhos de mar.

Para maior commodidade e segurança dos doentes, a direcção fez construir uma pequena casa isolada, sobre uma montanha proxima á casa da rua de Olinda, donde se recebem os lagunentos.

Lebaxo de condicões de fizes, já pela subridade, pela posição, pelos desvellos da administração, pelo credito dos facultativos, ambas estas casas tem merecido a confiança publica: do governo, do commercio, dos habitantes do interior, de diversas marinhãs estrangeiras, de todos os maritimos e Associações humanitarias que existem na corte.

Sempre abertas á toda e qualquer hora, ellas podem ser visitadas por todas as pessoas, que quizerem verificar a exactidão desta circular.

Tabella dos preços da Casa da rua da Ajuda.

1.ª Classe.— Sala ou quarto para 1 doente.....	\$5000 a 20000
2.ª " — Quarto para 1 ou 2 doentes.....	4800
3.ª " — Salas de escraes.....	3800
4.ª " — Enfermarias (para escravos).....	1800

As parturientes pagão a diaria da classe, que occuparem, 20000 pelo parto, sendo livres, e 10000, quando escravas.

Tabella dos preços da rua de Olinda.

1.ª Classe.— Salas e quartos.....	7000 á 20000
2.ª " — Quartos.....	5000 á 6000
3.ª " — Quartos para 1 ou 2 doentes, e geracs.....	3800 a 4800
4.ª " — Enfermarias (para escravos).....	1800

(Segue.)

(a) Seção Notabilidades, p. 4.

(b) Seção Notabilidades, p. 5.

Possuem magnificas banheiras de marmore; banhos de chuva, de vapor; duchas e toda a especie de banhos medicinaes; um arsenal completo de todos os instrumentos e aparelhos chirurgicos; diferentes jornaes estrangeiros e nacionaes, e uma grande bibliotheca de livros em diferentes linguas.

A Casa da rua de Olinda, por estar situada em pequena distancia do mar, proxima á bahia de Botafogo, offerece commodos vantajosos á todos, que quizerem entrar no uso dos banhos de mar.

(c) Detalhe da página 5 sobre as instalações para banhos, incluindo banho de mar

Figura 19 – Vista do edifício número 1 da rua Fresca, c. 1850.



Fonte: Macedo, 2005, p. 65.

Figura 20 – Anúncio da Casa de Saúde dos Drs. Catta-Preta, Marinho e Werneck, 1882.

— 2208 —
NOTABILIDADES do BRAZIL.—CASAS DE SAUDE.

CASA DE SAUDE
DOS
DRS. CATTAPRETA, MARINHO E WERNECK
1, RUA FRESCA, 1
(CÁRS PHAROUX)

Edifício espaçoso, claro e perfeitamente ventilado; a dous passos dos banhos de mar; com conduções fáceis e economicas á porta; alimentação e medicamentos de primeira qualidade; pessoal escolhido, zeloso e habilitado; fiscalização rigorosa de todo o serviço, pelos tres socios e dous internos que residem no estabelecimento.

Accommodações para todas as posses e condições

Enfermaria para escravos 18000 a Quartos de 2ª classe 4000 diários.
28000..... diários.
Salas para livres..... 38000 Quartos de 1ª classe... 5000 para cima.
Parturientes e doentes dos olhos pagarão 35 %, mais sobre o preço da diaria.

condições

Pagamentos adiantados ou fiança idonea. Paga-se o dia da entrada e o da sahida. Não se recebem doentes, manicacos ou beziguetos. Os moribundos pagarão uma quillana adelantada, sem direito á reclamação, além do enterro. Operações segundo ajuste prévio, salvo as de pequena cirurgia, que são gratuitas. Molestias epidemicas, segundo ajuste prévio.

PESSOAL MEDICO

Cirurgia, Dr. Catta-Preta.
Medicina, Drs. Marinho e Rocha Lima.
PARTOS E MOLESTIAS DAS MULHERES, Dr. Furquim Werneck.
MOLESTIAS DE CRIANÇAS, Dr. Marinho.
MOLESTIAS DOS OLHOS E DOS OUVIDOS, Dr. Gama Lobo.
SYPHILIS E MOLESTIAS DA PELLE, Dr. Silvino de Almeida.

Consultas á vontade e por conta do doente.

o director falla francez, inglez e allemão.

1, RUA FRESCA, 1

Fonte: Almanak Laemmert, 1882, p. 2208/
Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Em amarelo, o prédio nº 1 da rua Fresca e o cais *Pharoux*, localizados ao lado do Largo do Paço. Juntamente com os prédios de nº 3 e 5, foi ocupado pelo *Hotel Pharoux*, quando se transferiu da rua da Quitanda para essa via em 1838 (FERREZ, 2015, p. 170).

Em seu tempo, foi um dos hotéis mais famosos da cidade, além de oferecer os serviços do estabelecimento *Banhos de Saúde*. Do seu cais também era possível tomar o transporte que conduzia à barca de banhos *Fluctuante*, atracada na baía de Guanabara (ALMANAK LAEMMERT, 1844, p. 242; idem, 1850, p. 382).

Posteriormente o endereço deu lugar à *Casa de Saúde dos Drs. Catta-Preta, Marinho e Werneck*, cujo anúncio destacava a vantagem de estar localizada “a dous passos dos banhos de mar”.

Figura 21 – Anúncios de estabelecimentos de ensino com facilidades para banhos de mar.

COLLEGIOS DE MENINOS . 439

LYCÊO DE BOTAFOGO [428]

DIRIGIDO PELO

DR. LUIZ MANOEL DOS SANTOS VALENTE

E O

BACHAREL EUSEBIO PEDRO DO PRADO

38, PRAIA DE BOTAFOGO, 38

Dar á mocidade verdadeiros principios de uma boa educação intellectual, moral e religiosa, é a missão a que se dediciou os directores deste estabelecimento.

A experiencia adquirida por mais de vinte annos no magisterio e disciplina, como professores e como directores, bem assim a confiança, que muitos pais de familia se tem dignado nelle depositar, entregando-lhes seus filhos, os animo a tentar o nobre fim a que se propõem.

Os estudos dividem-se em primarios e secundario.

Os primarios consisto de Leitura, Calligraphia, primeiras operações de Arithmetica, Grammatica Portuguesa, etc., etc.

Estes continho no curso secundario pelos exercicios de Orthographia, Analyse de Grammatica Portuguesa, etc., etc.

O curso secundario abrange todas as disciplinas de preparatorios para as Academias do Imperio, a saber: Latim, Francez, Ingles, Arithmetica, Algebra e Geometria, Historia, Geographia, Rhetorica e Philosophia.

Os alumnos que se dedicarem ao commercio frequentarão as materias que fazem parte de seu curso especial; e vem a ser: Francez, Ingles, Arithmetica, Geographia e Escripção Mercantil.

A pensão de cada alumno é paga por trimestre adiantados, e fixada como segue:

CURSOS	Internos	Meios-Parasistas	Externos
Primario e Commercial . . .	150,000	75,000	30,000
De Preparatorios	150,000	90,000	45,000
De Bellas artes (cada um) . .	24,000	24,000	24,000

O estabelecimento situado no mais importante arrabalde da côrte nada deixará a desejar quanto ao asseio e accommodações necessarias, offerecendo garantias de salubridade pelos bons ares, **facilidade de banhos do mar**, e vantagens de rapidas e constantes communicações pela concurrencia de excellentes vehiculos de condução. Os directores convidão as pessoas interessadas a visitarem o seu estabelecimento, a qualquer hora do dia, além de ser elle devidamente apreciado.

(a) Almanak Laemmert, 1870, p. 439.

COLLEGIOS DE MENINAS. 617

COLLEGIO [434 a]

SUISSO - BRAZILEIRO

PARA MENINAS

33 Rua da Princesa Imperial 33

(OATETE)

As Directoras deste estabelecimento têm por fim reunir as vantagens de uma esmerada e solida educação com os carinhos de familia, tão indispensaveis para a boa formação do character.

No intuito de dar uma reacção benefica aos estudos sérios, introduzirão o canto de côro e os exercicios callisthenicos e gymnasticos.

Cada discipula tem direito ao ensino de tres linguas: portugueza, franceza, allemã ou ingleza, tendo occasião de pratical-as diariamente.

A situação do collegio é admiravelmente adaptada para seu fim. A casa contém todas as exigencias hygienicas, como: banhos frios, quentes e de ducha, dormitorios, sala para vestir-se, e classes arejadas, bons recreios dentro e fóra de casa, etc. **Se alguma discipula precisar de banhos do mar tem a melhor occasião de toma-los.**

Para informações mais exactas no mesmo estabelecimento, ou em casa dos Srs. E. & H. LAEMMERT,

66 Rua do Ouvidor 66

(Côrte)

(b) Almanak Laemmert, 1881, p. 647.

492 COLLEGIOS DE MENINOS.

COLLEGIO EPISCOPAL [429]

DE

S. PEDRO DE ALCANTARA

INTERNATO

NO

72 e 74, PALACETE DE BOTAFOGO, 72 E 74

Este estabelecimento organizado com todos os elementos precisos para satisfazer, quanto possivel, aos justos fins para que foi fundado, tomando a seu cargo a educação moral e intellectual dos jovens alumnos que lhe forem confiados, desde a instrução primaria até habilita-los para a matricula em qualquer das Academias do Imperio, tem por Directores os seguintes:

DIRECTOR GERAL.
Conego José Mendes de Paiva.

DIRECTOR DOS ESTUDOS.
Padre-Mestre Francisco Rodrigues dos Santos Saraiva.

DIRECTORES DA PEDAGOGIA.
Padres-Mestres Francisco Mendes de Paiva.
Bacharel Joaquim Mendes de Paiva.

DIRECTORES DA HIGIENE E ECONOMIA.
Bacharel Euzebio Pedro do Prado.
Padre-Mestre Antonio Mendes Fernandes de Paiva.
João Mendes de Paiva.

Em qualquer impedimento substituem-se mutuamente sem prejuizo nem alteração dos encargos que se têm imposto.

Os encargos da instrução e bellas-arts estão incumbidos a diversos professores de reconhecida e provada aptidão, e sempre auxiliados pelos proprios Directores e habilitados todos pelo illustrado Conselho de Instrução Publica da Côrte.

A distribuição e inspecção das classes e estudos é pontualmente exercida pelos proprios Directores, em conformidade com os estatutos que servem a direcção geral deste estabelecimento.

O estudo das bellas-arts é feito nas horas vagas e de recreio.

Todos os encargos de responsabilidade moral e religiosa, que dizem respeito á educação dos alumnos, são desempenhados immediatamente

(c) Almanak Laemmert, 1873, p. 492-493.

COLLEGIOS DE MENINOS 493

pelos mesmos Directores, tanto nos estudos e recreios, como nos dormitorios; tanto de dia como durante a noite.

Assim o ensino da moral e a guarda dos Costumes é um encargo especial que os Directores se têm imposto; mas sem dispensarem aos dignos professores de auxiliarem a Directoria no desenvolvimento da intelligencia, e cultura do coração de seus respectivos discipulos, tanto nas classes, como fóra dellas; e mais ainda com o exemplo do que com a palavra.

No que diz respeito á parte hygienica e tratamento dos doentes, executão-se com inteira pontualidade as determinações do muito illustrado medico deste estabelecimento.

Este serviço da mais seria responsabilidade, incumbido sempre a um habil enfermeiro, é desempenhado conjuncta e constantemente pelos proprios Directores.

Os demais encargos deste estabelecimento estão entregues aos cuidados de empregados intelligentes e activos no cumprimento de seus deveres.

O sustento dos alumnos, commum a professores e Directores, ás mesmas horas e no mesmo refectorio, é sadio e abundante. São os proprios alumnos que se servem da porção que precisão e lhes apraz, sob a inspecção pessoal dos Directores que se têm reservado tambem este immediato encargo.

Este estabelecimento, fundado ha 30 annos, está actualmente situado no arrabalde já indicado e distante apenas da Côrte 30 minutos de viagem.

O edificio amplo e magestoso, constando de dous andares, perfeitamente ventilado por todos os lados e primorosamente construido, com 400 palmos de frente e 350 de fundos, é dividido em oito magnificos salões, com a precisa capacidade para 250 alumnos e mais accommodações necessarias a um estabelecimento deste genero.

A segunda parte do edificio, que acaba de ser construida de proposito e exclusivamente para os trabalhos escolasticos, e que mede de extensão 185 palmos de comprimento e 100 de largura, accommoda vantajosamente 15 classes simultaneas.

Um só Director, collocado em vigilancia na extensa varanda que serve de communicação a todas as salas, basta para inspecionar todas as classes ao mesmo tempo, e bem assim os lugares onde os alumnos bebem agua e as 18 latrinas de systema aperfeiçoado, destinadas ás suas necessidades.

Uma grande chacara com abundancia de agua para todos os misteres e magestosamente arborizada, presta ameno recreio, até nas horas do mais intenso calor. **Accresce a commodidade de provellosos banhos de mar na bella Praia que se alonga em frente do Palacete.**

Em fiança do que fica exposto pôde este estabelecimento ser visitado inespardadamente e a qualquer hora, desde as 6 horas da manhã até as 8 da noite.

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Outro tipo de instituição que também tirou partido dos banhos de mar como atrativo foram os estabelecimentos educacionais. Eram três as que anunciavam com frequência no almanaque: *Lycêo de Botafogo* (1870) e *Collegio Episcopal de S. Pedro de Alcântara* (1873), para meninos, e *Collegio Suisso-Brazileiro* (1881), para meninas. Localizados em frente à Enseada de Botafogo, diziam oferecer o que havia de mais moderno em termos de educação e instalações, incluindo a possibilidade de seus alunos tomarem banhos de mar (Figuras 21).

No entanto, foi somente em 1880 que apareceu uma casa dedicada exclusivamente aos banhos de mar no *Almanak Laemmert*: os *Banhos de chuva de água salgada*. Localizada no Boqueirão, ao lado do Passeio Público, a casa de João Francisco Soares pôs fim à primazia da barca de banhos, inaugurando uma nova época na cidade: a das casas de banhos de mar. Prova disso foi a mudança de nome da seção *Banhos públicos*, que em 1882 passou a se chamar *Banhos de mar e água doce*. Até 1915, cerca de quinze estabelecimentos diferentes de banhos de mar anunciaram no almanaque, a maioria localizado nas praias de Santa Luzia e do Flamengo (Lista 2). Sem descartar a possibilidade de terem existido mais casas como essas que não anunciavam no *Almanak Laemmert*, já que, a cada edição, o número de estabelecimentos variava. Ano a ano umas abriam e outras fechavam, algumas desapareciam para ressurgir algumas edições depois, no mesmo endereço ou em outro diferente, mudando ou mantendo os responsáveis pela sua direção.

Quadro 2 – Lista de casas de banhos de mar, 1844 a 1915.

1. [Casa de banhos de mar de] Antonio José Souza Arêas, na Rua de Santa Luzia 1 (1882), que posteriormente passou para as mãos de J. Salvador Amendola & C. (1908).
2. Banhos de chuva de água salgada, de João Francisco Soares, na Rua Luiz de Vasconcellos 2, Boqueirão (1882).
3. Banhos do Flamengo, na Praia do Flamengo, com entrada pelas ruas Dois de Dezembro e Victoria, atual Rua Buarque de Macedo (1882). Posteriormente passou a se chamar de Eugenio Pinheiro e, depois, Manoel de Souza Pinheiro (Figura 22).
4. [Casa de banhos de mar de] Augusto Marques de Carvalho, na Rua Luiz de Vasconcellos 8, Boqueirão (1885).
5. *High-life*, na Rua Barão do Flamengo 6 (1885), que posteriormente mudou para [Casa de banhos de mar de] Julio de Castro (1909) (Figura 23).
6. Banhos de Mar Familiares, na Praça D. Constança 2 (1891), que posteriormente mudou para [Casa de banhos de mar de] Jose Provinzano (1906).

7. [Casa de banhos de mar de] Bernardo Eugenio de Oliveira Pinto, na Travessa do Maia 5, Boqueirão (1891), que posteriormente mudou para as ruas Luiz de Vasconcellos 16 e Dr. Joaquim Silva 49.
8. [Casa de banhos de mar de] Antonio Espindola da Fonseca, na Praia da Saudade 26 (1893), praia que deu lugar ao late Clube do Rio de Janeiro.
9. [Casa de banhos de mar de] Mathias da Silva Guimarães, na Rua General Camara 221, Villa Irene, Copacabana (1900). Atualmente a vila se localiza na Rua Tonelero 210.
10. [Casa de banhos de mar de] Jose Provinzano, na Rua de Santa Luzia 35-B (1906).
11. [Casa de banhos de mar de] Vicente Saliture, no Club de Regatas Boqueirão do Passeio, na Rua Luiz de Vasconcellos 12, Boqueirão (1906).
12. [Casa de banhos de mar de] Julio de Castro, na Rua Barão do Flamengo 2 (1908).
13. [Casa de banhos de mar de] de Mme. Maria Augusta, na Praia da Saudade 26 (1908), praia que deu lugar ao late Clube do Rio de Janeiro.
14. [Casas de banhos de mar de] Jose Provinzano, na Rua Santa Luzia 55 e na Praia do Flamengo 2 (1909).
15. [Casa de banhos de mar de] Salvador Amendola & Irmão, na Praia de Santa Luzia 19 (1909).

Foi mantida a grafia original do nome dos estabelecimentos e de seus proprietários. A grafia dos logradouros foi atualizada, sempre que possível, indicado seu nome atual. O número entre parênteses refere-se ao ano em que a casa de banhos de mar apareceu pela primeira vez no almanaque.

Fonte: Almanak Laemmert/Hemeroteca da Biblioteca Nacional, 2015.

— 2192 —
NOTABILIDADES do BRAZIL. — BANHOS

BANHOS DE MAR FLAMENGO

ENTRADA PELAS RUAS DOUS DE DEZEMBRO E VICTORIA

Avulsos.	\$200
Assinaturas, 30 cartões . . .	5000
Ditas, ditas, com roupa. . . .	75000

Grandes camarins para familias. Cada camarim tem espelho, pente e bacia com agua para os pés.

Lavagem e conservação de roupa: 2\$ por mez, por pessoa.

Grande varanda em toda a frente do estabelecimento, com mesas, cadeiras, etc., etc.

Café, Cognac, Licores, Cerveja, etc.

Empregados de toda a confiança acompanhão dentro d'agua as pessoas que assim o desejarem

BANHOS DE CHUVA

Gabinete para senhoras e dito para homens. m

Figura 22 – Anúncio do estabelecimento *Banhos de Mar Flamengo*, 1882.

Fonte: Almanak Laemmert, 1882, p. 2192/ Biblioteca Nacional Digital, 2015.

HIGH-LIFE

Estabelecimento de banhos do mar para as familias de boa sociedade

Contendo 124 quartos, sendo alguns com capacidade para dormir.
Trapezio para gymnastica e terraço sobre o mar para recreio.

Na extremidade da rua do BARÃO DO FLAMENGO
(Esta nova rua vai do largo do Cattete ao mar)

(art. 484—503—1064)

Figura 23 – Anúncio do estabelecimento de banhos de mar *High-Life*, 1885.

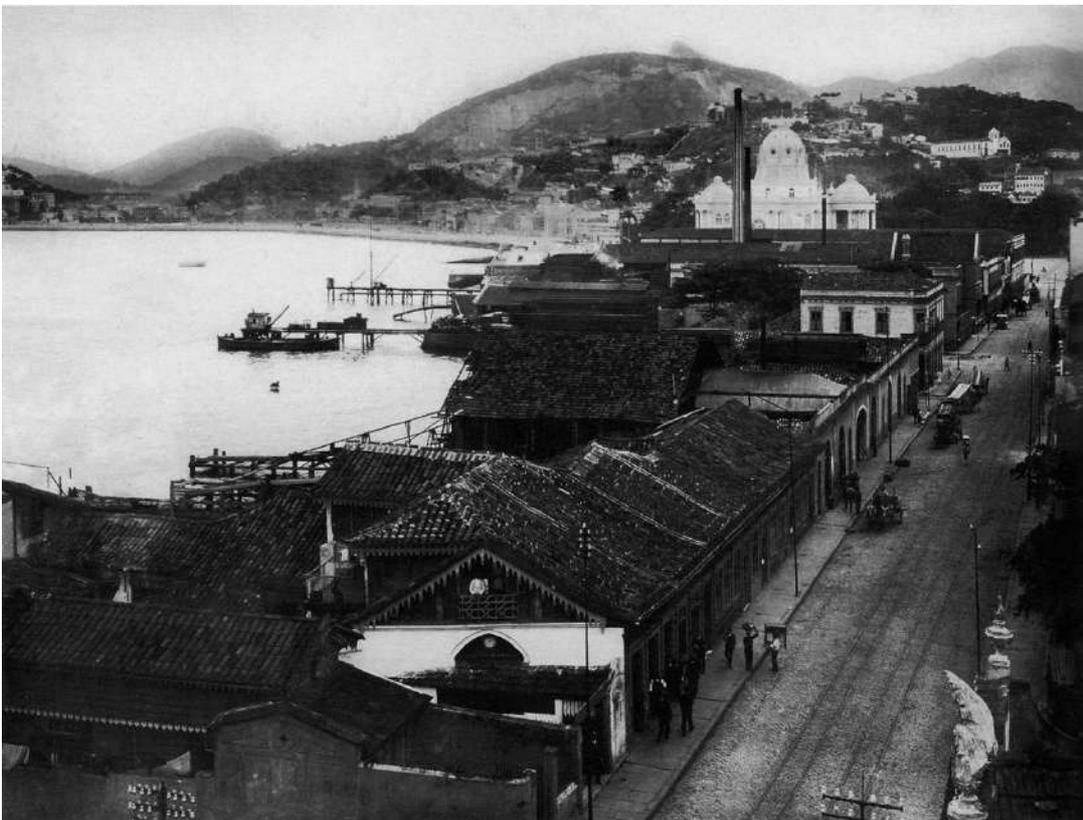
Fonte: Almanak Laemmert, 1885, p. 2192/ Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Figura 24 – Uma casa de banhos de mar da rua de Santa Luzia, 1907.



Fonte: Augusto Malta, 17 out. 1907/Ermakoff, 2009.

Figura 25 – Rua de Santa Luzia com suas casas de banhos de mar e clubes de remo, 1907.



Fonte: Augusto Malta, 17 out. 1907/Ermakoff, 2009.

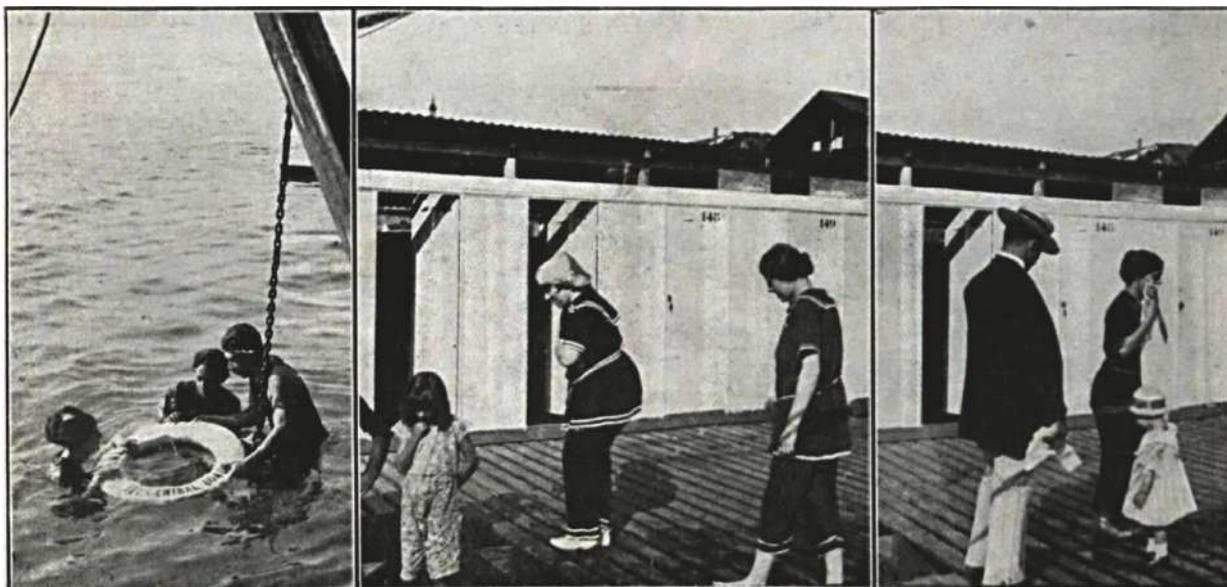


Figuras 26 – O interior de uma casa de banhos da praia de Santa Luzia, 1915. À direita, vê-se uma bica de água, provavelmente doce, e uma espécie de tanque com várias boias para amarrar à cintura

Fonte: Augusto Malta, 1915.

Figuras 27 – Cabines de uma casa de banhos de Santa Luzia, 1915.

Na primeira foto, à esquerda, um banhista profissional auxilia duas moças. Nas demais, as portas das cabines para a troca de roupa em um dos estabelecimentos de banhos de mar localizados nessa praia.



Fonte: Careta, 6 nov. 1915, p. 16/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

De acordo com Edmundo (2003, p. 524), os estabelecimentos da Rua de Santa Luzia (Figuras 24 a 27) dispunham de uma grande corda, que adentrava n'água uns 30-40 metros e ficava presa a um pau em terra firme. Ela servia de apoio e segurança aos frequentadores menos intrépidos, como idosos, crianças e mulheres. Nessa região surgiram também alguns dos primeiros clubes de regatas do Rio de Janeiro, entre os quais o Vasco, embrião do time de futebol homônimo (GAZETA DE NOTÍCIAS, 1911, p. 1). Pela descrição a seguir é possível ter uma ideia de como era o interior de uma dessas casas de banho:

Entravam pelo corredor de ladrilho vermelho, davam no escritório, em forma de rotunda, onde se muniam das chaves dos quartos e das roupas, iam despir-se. [...] uma espécie de labirinto de corredores, tendo de cada lado cochicholos¹² de metro e pouco de largura sobre dois de comprimento, cochicholos feitos de tábuas boas pintadas de branco, com um banco, um espelhinho e um engradado sobre o cimento. Assim, no rés do chão, assim em cima, nos quartos do terraço, que eram de assinatura, importantes e mais caros. Esse corredores eram tão escuros que tinham bicos de gás para as madrugadas. Os engradados que os forravam estavam sempre molhados, tendo à beira das portas roupas de banho por torcer. Um cheiro d'alga, um cheiro sadio de oceano era a própria atmosfera, e ouvia-se nas areias a voz das ondas quebrando-se (GAZETA DE NOTÍCIAS, 1911, p. 1).

Os banhos de mar costumavam ser tomados antes das primeiras horas do dia para evitar o bronzeamento da pele, pois a tez branca denotava prestígio, seguindo o padrão de beleza europeu. A pele clara também indicava que a pessoa não exercia nenhum tipo de trabalho braçal, isto é, exposto ao sol e às intempéries do tempo. Além disso, como a maior parte da população era negra ou mestiça, além de escrava, a palidez da pele se tornava um atributo ainda mais raro e valorizado (FREYRE, 1985, p. 293).

De acordo com Edmundo (2003, p. 522-525), os horários dos banhos também se dividiam de acordo com o perfil da frequência. Até às quatro da manhã, hora que as casas de banhos de mar abriam, quem se banhava eram os que não podiam pagar por qualquer regalia, despindo-se mesmo na areia. A partir das cinco vinham “senhoras pálidas, de capa e cesta, com as roupas, famílias inteiras desde os petizes até as negrinhas mucamas, cavalheiros que não tinham dormido, mulheres de vida irregular, sofredores reumáticos, macilentos, magros”. Depois das sete da manhã “é a hora das *cocottes*¹³ e da rapaziada bulhenta que nada, que rema, grita,

¹² Cochicholo é um quarto ou recinto muito acanhado.

¹³ *Cocotte*: palavra francesa usada, na época, para designar mulheres de costumes mais liberais.

prega partidas e quer divertir-se”. Segundo João do Rio (GAZETA DE NOTÍCIAS, 1911, p. 1), a “apoteose” era entre oito e meia e nove horas, com o “vai-vem febril” de gente entrando e saindo dos estabelecimentos e lotando os cafés. Estes se tornaram uma espécie de apêndice das casas de banhos de mar onde se encerrava o ritual balneário do dia:

[...] o pequeno café à porta da casa balneária, café que se tornou com um enorme toldo, tomando todo o fim da rua, entre o muro do Passeio e o muro do estabelecimento, o celebrado Café do Boqueirão. E foram os italianos que fazendo economias com aquela vida sem gastos e as gorjetas foram montando outras casas, a princípio na mesma rua, depois nas vielas estreitas, entre o mar e a rua da Misericórdia, e afinal, na ponta da praia de Santa Luzia, a casa que em 1888 era de banhos para a gente barata... [...].

E no café, com os pulmões iodados, a face fresca, aquele barulho de xícaras batendo nos pires, o café e o leite fumegantes, as brioches tenras, os jornais desdobrados, a festa, a festa ao ar livre, antes das ocupações de cada um! (GAZETA DE NOTÍCIAS, 1911, p. 1).

Percebe-se que o banho de mar vinha deixando de ser exclusivamente terapêutico para se tornar uma atividade cada vez mais voltada ao lazer e à sociabilidade. Já em 1851, na edição de 26 de abril do *Periódico dos Pobres, na seção Visita das priminhas*, o diálogo entre as duas personagens descrevia, em tom quase de propaganda, os serviços oferecidos pela barca de banhos. Serviços estes que incluíam música e bebidas, em ambiente descrito como familiar, “decente”; não havia qualquer alusão aos benefícios dos banhos de mar à saúde:

— [...] venho do banho e hoje demorei-me muito, a barca, cada vez está mais encantadora, e se não fosse o cuidado com que estarão em casa, mais me demorava, olhe que o Sr. Stockmeyer toca bem piano, enfim priminha lá deixei um ranchinho de oito moças pertencentes a três famílias muito capazes cantando uma das moças divinamente, e ainda dirão que é mal empregado os quatrocentos réis por cada banho?

— Deixe falar as más línguas priminha de tudo fazem um bicho de sete cabeças; pois o há muito que o nosso país não possui tão bela comodidade e com tanta decência (PERIÓDICO DOS POBRES, 1851).

Essa mudança fica ainda mais evidente quando se compara o teor de dois anúncios de serviços de banhos de mar. Um de 1882, da casa do *Banhos de Mar Flamengo* (ALMANAK LAEMMERT, 1882, p. 2192) (Figura 22), e outro, de 1811, da barca de banhos (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, 1811a, p. 4) (Figura 11), citado anteriormente. Enquanto o texto de 1811 destaca como vantagens “comodidade, segurança e decência”, o de 1882 valoriza a “grande varanda em toda a frente do

estabelecimento, com mesas, cadeiras, etc”, e, principalmente (dado o tamanho da fonte tipográfica utilizada no impresso), o variado sortimento de bebidas: “café, cognac, licores, cerveja, etc.” Os mais de setenta anos que separam esses dois anúncios mostram nitidamente que as atenções migraram das questões funcionais e morais para as vantagens sociais e de recreio desse tipo de serviço.

A oferta de serviços balneários no *Almanak Laemmert* não ficou restrita à seção *Banhos de mar e água doce*. Devido ao rápido crescimento do Rio de Janeiro nas últimas décadas do século XIX, aumentaram os investimentos em sua rede hoteleira, por muito tempo considerada um ponto fraco da cidade. A partir dos anos 1885, cresce o número de anúncios de hotéis que, entre seus atrativos, destacam a proximidade dos banhos de mar. Eles acompanham a expansão da cidade em direção a regiões menos povoadas e consideradas mais salubres, como a Tijuca e a Zona Sul (Lista 3). Pela sua redação, parecem se destinar a uma clientela mais exigente, pois procuram se diferenciar chamando atenção para atributos como a qualidade dos serviços, o conforto e o asseio de suas instalações. A localização também merece destaque por ser “pitoresca”, oferecer uma “esplendida vista” ou estar próxima ao mar. Em comum, a vantagem de estarem próximos ou mesmo de frente para o oceano, por isso mesmo, adequados a quem desejava tomar banhos de mar – vantagem explicitada por todos. Entre 1885 e 1915, nove hotéis desse tipo aparecem na seção *Notabilidades* do *Almanak Laemmert*, que concentra os anúncios mais caros, de grandes dimensões e visual mais elaborado pelo uso de tipografias especiais e clichês (Figuras 1.3.18 a 1.3.22). Outras vantagens destacadas são o ambiente familiar e de recreio e a proximidade dos pontos centrais da cidade. Essas propagandas buscam atrair uma clientela interessada em lazer e relaxamento, dois conceitos que, na época, estavam intimamente relacionados à saúde e à higiene. Também registram o princípio da organização turística da cidade em função de sua vocação balneária.

Quadro 3 – Lista de hotéis próximos aos banhos de mar, 1844 a 1915.

1. *Banhos do Cattete*, no Hotel de Londres, com entrada pela rua Dois de Dezembro (1861).
2. *Royal Hotel D'Anglaterra*, na praia de Botafogo 152 (1885).
3. *Hotel Freitas*, no largo da Lapa, antes na rua do Catete 186 (1891) (Figura 28).
4. *Pensão Nobre*, na praça José de Alencar 5, Catete (1900).
5. *Grande Hotel Guanabara*, na rua da Lapa 103, com entrada também pela praia da Lapa (1901) (Figura 29).
6. *Hotel Peninsula Fernandes*, na Rua da Gloria 84 (1901).
7. *Hotel dos Estrangeiros*, na praça José de Alencar 1, Catete (1903) (Figura 30).
8. *Grande Hotel Bragança*, próximo ao Passeio Público, provavelmente na atual rua da Lapa (1905).
9. *Pensão Copacabana* de Amelia Coral, na praça Malvino Reis 43, atual praça Serzedelo Corrêa, Copacabana (1911) (Figura 31).
10. *Hotel Central*, na praia do Flamengo 202 e 208 (1915) (Figura 32).

Foi mantida a grafia original do nome dos estabelecimentos, mas não a dos logradouros, que foi atualizada. O número entre parênteses indica o ano em que o hotel apareceu pela primeira vez no almanaque.

Fonte: Almanak Laemmert/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Figura 28 – Anúncio do *Hotel Freitas*, 1891.

HOTEL

FREITAS

HOTEL E RESTAURANTE

LARGO DA LAPA

~~~~~

O HOTEL FREITAS, da rua do Cattete, 186, mudou-se para o largo da Lapa, próximo dos banhos de mar, do Passeio Publico, da Bibliotheca Nacional, do Cassino Fluminense, com bonds á porta para a estrada de ferro Central do Brazil de 10 em 10 minutos, e tres linhas de bonds, que o communicão com todos os pontos da cidade e seus arrabaldes, além de muitas outras commodidades que este bem montado hotel offerece aos seus hospedes.

*O proprietario*, JOÃO FRANCISCO DE FREITAS.

(art. 659)

Fonte: Almanak Laemmert, 1891, p. 2021/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

PROXIMO AOS BANHOS DE MAR

**Grande Hotel Guanabara**

BANHOS QUENTES E FRIOS

**103 RUA DA LAPA 103**

COM ENTRADA TAMBEM PELA PRAIA DA LAPA

Predio expressamente edificado para recebimento de hospedes e familias

MAGNIFICOS APOSENTOS Caprichoso serviço de mesa e cozinha PREÇOS RAZOAVEIS

**JOÃO B. PAZO & COMP.**

**RIO DE JANEIRO**

CASA DE CONFIANÇA PARA FAMILIAS

BONDOS PARA TODOS OS PONTOS DA CIDADE

Figura 29 – Anúncio do Grande Hotel Guanabara, 1901.

Fonte: Almanak Laemmert, 1901, p. 1063901/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

**Hotel dos Estrangeiros**

**1 PRAÇA JOSÉ DE ALENCAR 1**

**RIO DE JANEIRO**

Telephone n. 498

O HOTEL mais importante da America do Sul e que compete em commodidades, asseio, conforto e tratamento com os melhores hoteis da Europa.

**ESTE ESTABELECIMENTO** dispõe de 120 quartos e salas de primeira ordem.

São de summa elegancia e conforto a mobilia e ornamentos das habitações.

Possue uma grande sala de jantar, sala de recepção, sala de leitura e bilhares, salão para banquetes com espaço para 300 talheres, deliciosos jardins e arvoredos, magnificos terraços para recreio, exoelente serviço de banhos quentes e frios e duchas dos systemas mais aperfeçoados, applicadas pelo Dr. Julio Brandão. Banhos de mar a dous minutos do hotel. Situado na melhor localidade da Capital.

**Bonds da Companhia Jardim Botânico cada 2 minutos, a todas as horas do dia e da noite.**

Figura 30 – Anúncio do Hotel dos Estrangeiros, 1903.

Fonte: Almanak Laemmert, 1903, p. 947/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Figura 31 – Anúncio da Pensão Copacabana, 1911.

**Pensão Copacabana** DE AMELIA CORAL

43, Praça Malvino Reis, 43 (Copacabana)

(Junto da Estação dos Bonds)

Bem montada PENSÃO, no ponto mais aprazível de Copacabana, junto dos banhos de mar; o centro mais habitado e com todos os recursos. Alugam-se confortáveis aposentos para familias e cavalheiros por preços razoáveis, não só para recreio como para banhos do mar, os mais recommendáveis na actualidade. Cozinha de primeira ordem, maximo conforto no trato dos hospedes.

Telephone SUL 347 — RIO DE JANEIRO

Fonte: Almanak Laemmert, 1911, p. 1573/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Figura 32 – Anúncio do *Hotel Central*, 1918.

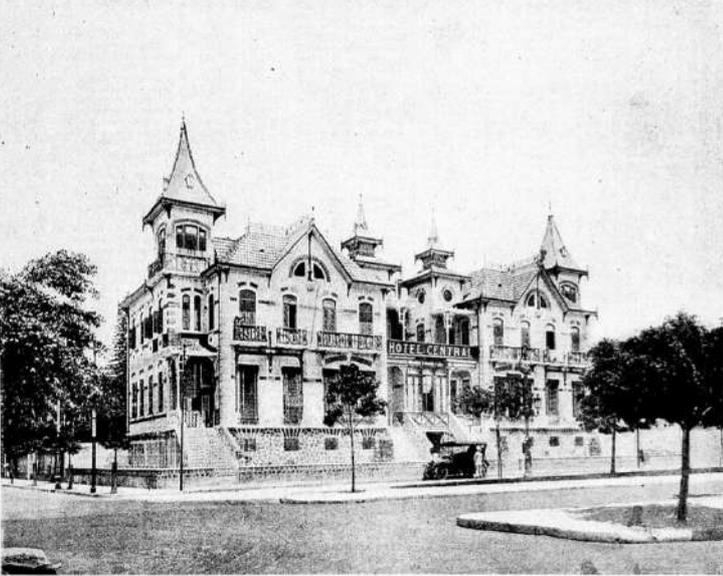
VIII

# HOTEL CENTRAL

TELEPHONE 872 SUL

RIO DE JANEIRO  
202, 208, Praia do Flamengo, 202, 208

Succursal: HOTEL CENTRAL — Rua Barão de Itambé, 50 — RIO DE JANEIRO  
TELEPHONE 159 SUL



Esplendida vista sobre toda a bahia  
Banhos de mar á porta

Superbe vue sur la Baie de Rio  
Bains de mer à quelques minutes de l'hôtel

Nice View on the sea  
Sea Baths at fews minutes near the Hotel

Succursal: HOTEL CENTRAL — PETROPOLIS (em frente da Estação)  
TELEPHONE 215

Proprietaria: **MARTHA NIEDERBERGER**

Fonte: Almanak Laemmert, 1918, p. 11/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

A partir dos últimos vinte anos do século XIX, os banhos de mar alcançaram tremenda popularidade (GAZETA DE NOTÍCIAS, 1911, p. 1), o que se deve a diversos fatores. Em primeiro lugar, as várias praias localizadas em plena *urbs* e não em vilarejos litorâneos afastados, como os balneários europeus, que exigiam gastos com deslocamento e hospedagem para frequentá-los. Em segundo, o clima quente que favorecia os banhos ao longo de todo ano e entre todos os estratos da população. População essa que já carregava uma predisposição cultural à higiene e aos banhos. Por fim, o fato do Rio de Janeiro ser o coração político e cultural do

Brasil. Condição que facilitava o acesso local às novidades oriundas das grandes capitais internacionais, ao mesmo tempo que transformava a cidade, com suas modas e comportamentos, em referencial para as demais regiões do país.

Entretanto, os banhos de mar nas praias do Centro praticamente se extinguiram com as reformas urbanas implementadas durante as primeiras décadas do século XX. Afinal, passados os primeiros anos de instabilidade política após a proclamação da República (1889), havia chegado a hora de transformar o Rio de Janeiro em uma capital moderna, à altura dos anseios de sua elite. Isso significou por abaixo o que lembrasse seu passado escravista e monárquico usando como argumento a necessidade de tornar a cidade mais salubre e higiênica. Seu mentor foi o prefeito Pereira Passos (1902-1906), que abriu novas ruas, edifícios e espaços públicos, projetados segundo as diretrizes racionais do Barão Haussmann, responsável pela reforma urbana que remodelou Paris em meados do século XIX. Entre as ações implementadas por Passos houve a abertura da Avenida Central, o início das obras de demolição do Morro do Castelo, a perseguição aos cortiços e a reforma higienista implementada pelo médico sanitário Oswaldo Cruz. Mas foram outras duas que afetaram diretamente a popularidade dos banhos de mar do Centro: a construção do novo cais do porto (1904-1910), que levou ao aterro da maior parte das praias centrais e afastou a linha do mar, e a abertura da Avenida Beira-Mar (1906-1907). Esta resultou em uma via expressa litorânea ladeada por jardins que chegava até Botafogo onde foi instalado um pavilhão para regatas, entre outras atrações modernas ao gosto da elite.

Posteriormente, na gestão do prefeito Carlos Sampaio (1920-1922), foi efetuada a demolição de mais uma parte do morro do Castelo e o aterramento da região da Ponta do Calabouço até o Palácio Monroe. O intuito era abrir espaço para a construção dos pavilhões para a Exposição Internacional de 1922, em homenagem ao centenário da independência do Brasil. Este aterro levou ao declínio das casas de banho de mar da praia de Santa Luzia e conduziu praticamente toda a movimentação praiana da cidade para o litoral da Zona Sul. Lá a praia do Flamengo era mais frequentada e a da Urca<sup>14</sup>, uma novidade resultante de outro aterro, executado em função das obras para Exposição Internacional 1922, além de Copacabana, a grande promessa de balneário elegante para a cidade.

---

<sup>14</sup> A praia da Urca também era conhecida como praia da Lavolina, devido a um grande letreiro de uma produto com esse nome afixado no morro próximo ao balneário.

Figura 33 – Detalhe do mapa *Plain de la Baie de Rio de Janeiro*, 1816-1831.

Em azul, estão assinaladas as principais praias de banhos do Rio de Janeiro e de Niterói entre 1808 e 1902.



Legenda:

- |                                                                  |                                  |                         |
|------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------|
| 1. Cabaceiro, entre as praias Grande e de São Domingos (Niterói) | 4. Ponta do Caju                 | 8. Praia de Santa Luzia |
| 2. Copacabana                                                    | 5. Praia da Lapa                 | 9. Praia de São Diogo   |
| 3. Enseada de Botafogo                                           | 6. Praia de Boa Viagem (Niterói) | 10. Praia do Flamengo   |
|                                                                  | 7. Praia de Dom Manoel           | 11. Saco do Alferes     |

Fonte: Jean Baptiste Debret, 1816-1831/O Brasil de Debret, 1993, p. 32.



## 2. OS PRIMEIROS TRAJES DE BANHO DE MAR FEMININOS

### 2.1 Corpo, pudor e roupas de banho

A sociedade colonial era adepta dos banhos de rio, quando ao ar livre, e gamela e assento, dentro de casa. O mar era evitado pois suas águas eram muito poluídas nas proximidades dos núcleos urbano, embora, nos arrabaldes, não faltassem lugares onde era mais limpa, podendo ser usada como frescor.

De acordo com Freyre (1985, p. 196 e 388), geralmente os banhos de rio eram tomados nus, mas entre os membros das camadas sociais mais elevadas havia um cuidado maior com a exibição ostensiva do corpo nu. Cada família mandava construir uma espécie de banheiro de palha, próximo à margem do rio, onde pudesse se despir para entrar na água. Algumas senhoras, “mais recatadas”, preferiam se manter vestidas durante essa atividade, adotando o cabeção, uma espécie de camisolão que, junto com a saia, compunha a vestimenta feminina padrão, independentemente da sua condição social (Figuras 34). Também eram hábito adotar horários diferentes para o banho de homens e mulheres, com estas se fazendo acompanhar das crianças. As camadas mais populares limitavam-se a se despir no mato e caminhar nuas até a água.

Ao que tudo indica, o banho de mar de caráter terapêutico ganhou impulso após a chegada da corte portuguesa no Rio de Janeiro, mas não foram encontradas referências locais de trajes de banho de mar da primeira metade do século XIX. É provável que reproduzissem o estilo em voga nos balneários europeus. Corbain (1989, p. 93) descreve esse tipo de vestimenta usada na França como uma camisola ampla, de mangas longas e sem decote, confeccionada com um tecido grosseiro de lã, geralmente de cor parda, preta ou marrom, conhecido como burel, muito empregado no vestuário de certos religiosos penitentes (Figura 35). Referindo-se aos Estados Unidos nesse mesmo período, Kidwell (1968, p. 14-15) traz modelos muito semelhantes ao descrito por Corbain, confeccionados com flanela azul ou branca, tecidos de lã variados ou linho azul. Segundo fontes essa autora, era importante que a roupa de banho permitisse o livre acesso da água ao corpo, sem grudar ou pesar em demasia e a cor preferencialmente deveria ser escura, para não marcar as formas da banhista.

Antes da instalação da barca de banhos no Rio de Janeiro, o acesso à terapia balneária exigia o deslocamento para alguma praia de água limpa, nos arredores da cidade. Para isso, era necessário ter acesso a alguma propriedade próxima a uma praia que permitisse o banho de mar. Isso envolvia não só o deslocamento do banhista, mas de uma série de equipamentos, como barraca, toalhas, roupas e acessórios de banho, além da disponibilidade de mão-de-obra escrava para atender a essa empreitada. Assim, não foi à toa que muitos estrangeiros que se instalaram no Rio de Janeiro após 1808, optavam por morar em regiões consideradas mais salutares, como Botafogo.

A presença da barca de banhos na Baía de Guanabara ajudou a difundir a talassoterapia entre a população carioca que podia pagar por seus serviços. Como infraestrutura, oferecia cabines para a troca de roupa e para os banhos. O comportamento em seu interior devia seguir determinadas regras de conduta, assim como a indumentária para os banhos precisa atender a certos padrões, condizentes com as normas de civilidade que se impunham, não só nesse estabelecimento mas em todos os aspectos da vida em sociedade.

Figuras 34 – Exemplos de roupas usadas no banho na pintura europeia dos séculos XVII e XVIII.



(a) *Uma mulher se banhando no rio*, de Rembrandt, 1654.



(b) *Os prazeres do banho*, de Nicolas Lancret, 1725.

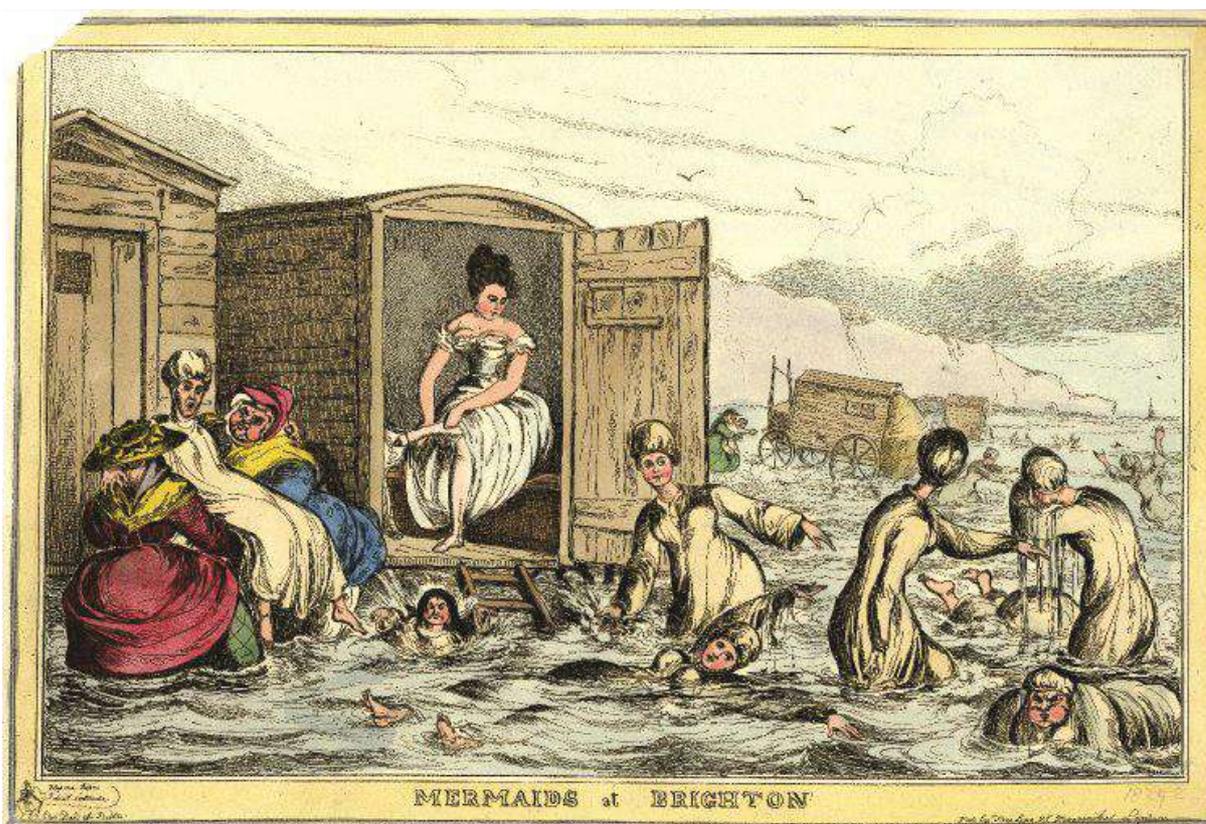


A peça de roupa usada pelas banhistas das duas pinturas deve ser muito semelhante ao cabeção, tipo de camisola usada por muitas brasileiras para os banhos de rio durante o período colonial.

Fontes: (a) National Gallery, 2016; (b) Museu do Louvre, 2016.

(c) Detalhe da obra de Lancret.

Figura 35 – Os primeiros trajes de banho de mar na gravura *Sereias de Brighton*, 1829.



Fonte: Impressão de T. Smith/Criative Commons, 2014.

A presença da corte e de um grande número estrangeiros no Rio de Janeiro desencadeou na sociedade carioca um processo de refinamento dos gestos e apuro do gosto segundo o modelo civilizatório europeu. Modelo esse denominado por Elias (2011, p. 109-110) como *processo civilizador*. Sua origem remonta às cortes europeias do século XVI e foi uma reação à ascensão de determinados estratos sociais burgueses enriquecidos com o comércio internacional em expansão. O acesso destes novos grupos ao ambiente palaciano desencadeou nos círculos aristocráticos tradicionais uma tendência ao aprimoramento das normas de conduta. Estas, por sua vez, converteram-se em verdadeiras estratégias de distinção, aperfeiçoando-se conforme fossem assimiladas pelas demais camadas da sociedade.

A observação dessa dinâmica tornou-se possível pela análise da evolução do comportamento da sociedade francesa durante um longo período de tempo, a partir dos registros presentes nos manuais de boas maneiras. Esse tipo de literatura se difundiu amplamente na Europa ao longo dos séculos XVI, XVII, XVIII e XIX, sendo, inclusive, utilizada pelos círculos clericais da França como material educativo. De

acordo com essa investigação, operou-se uma gradativa intensificação dos sentimentos de vergonha para com tudo o que se relacionasse ao corpo, dos instintos às emoções, que culminou com a ascensão dos valores burgueses no final do século XVIII. A evolução desse sentimento acabou afetando também a exposição da nudez em público (ELIAS, 2011, p. 109-111).

Daí o contraste que se estabeleceu entre os padrões culturais da sociedade colonial carioca e os da nobreza portuguesa recém-chegada. Diante dessa nova realidade, coube à elite local adaptar-se ao estilo de vida da corte, aprimorando seu gosto e seus modos, pois a posse de riquezas não era mais garantia absoluta de poder e influência. Cabia cultivar também uma aparência condizente com a posição social que se ocupava, civilizando os costumes e tirando partido da moda como elemento distintivo dos membros da “boa sociedade”<sup>15</sup> (RAINHO, 2002, p. 16-17).

Nos banhos de mar, o refinamento dos modos não se impôs sem gerar tensões entre velhos e novos hábitos. Em 1812, a barca de banhos passou a separar homens e mulheres nos banhos, além de oferecer tanques e camarotes especiais para famílias (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, n. 76, 1812, p. 4). Convinha preservar a intimidade dos banhistas, mas sem favorecer situações que proporcionassem contatos corporais mais íntimos entre os sexos e indivíduos sem laços familiares.

Durante o século XIX (e mesmo nas primeiras décadas do século XX), não foram incomuns relatos de situações envolvendo nudez nas praias de banho do Rio de Janeiro, principalmente a masculina. C. Schlichthorst, cidadão alemão e ex-oficial do Exército Imperial Brasileiro, que morou na cidade entre 1824 e 1825, deixou registrado que, assim como muitos outros homens, tinha por hábito apreciar “o belo sexo” no banho de mar:

Desta vez, contudo, cheguei demasiado tarde, pois o belo sexo, que se banha antes do nascer do sol, já saíra da água. Seguidas por suas escravas, as senhoras passeavam na praia com os cabelos soltos, secando-os ao sol” (SCHLICHTHORST, 2000, p.89).

O mesmo Schlichthorst admite ter tomado banhos de mar totalmente nu diante de algumas senhoras, embora tenha tido o cuidado de ser rápido e discreto:

---

<sup>15</sup> Para Rainho (2002, p. 17), o termo “boa sociedade” abarcava mais do que aqueles indivíduos que detinham riqueza e poder, incluindo todos aqueles que “civilizaram seus costumes e fizeram da moda um elemento que acentuava as diferenças existentes entre eles próprios e entre eles e os outros estratos da população”.

A delicadeza manda-me aproveitar o tempo. Depressa e sem que se perceba cai minha última peça de roupa e com um pulo me lanço ao mar. O banho é rápido e, como não possuo um escravo que me enrole numa grande toalha de enxugar, molhado mesmo como estou enfio a camisa tão depressa como a tinha tirado. Enquanto me visto, o ar e o sol me secaram por completo, salvo a agradável umidade que a água salgada deixa na pele e confirma o seu valor (SCHLICHTHORST, 2000, p.89).

A adesão crescente aos banhos de mar, a sofisticação dos tratamentos aquáticos e a difusão da natação entre as mulheres exigiam das banhistas uma maior liberdade de movimentos que a camisola de banho dificilmente poderia proporcionar. De modo que, no início dos anos 1840, foi introduzido na Europa um novo tipo de traje de banho, adotado posteriormente também neste lado do Atlântico, propondo uma solução que conciliava fatores morais, terapêuticos e relativos à ginástica. Esse traje era composto basicamente de camisa e calça unidas, fechadas na frente por botões, como uma espécie de macacão. Sua forma tinha menos volume que a da camisola de banho tradicional, ainda assim era ampla, mas ajustando-se à cintura. Em geral, suas mangas iam até os cotovelos e podiam receber uma abertura na altura das axilas, para facilitar os movimentos dos braços e o escoamento da água. Para as mais jovens, com o corpo no auge da forma física e ainda não transformado pelos efeitos da gravidez, era acrescentado um saiotte preso à cintura, que dissimulava a curvatura dos quadris (Figuras 36). Outra versão era composta por blusa e calça avulsas e recebia o nome de costume de banho. Nessa época, também foram lançadas as primeiras roupas de banho de mar de tricô de lã, geralmente de cor marrom, apontadas pelos médicos como muito mais leves e práticas para a natação. No entanto, eles foram os primeiros a condenar seu uso pelas mulheres, pois marcavam demasiadamente as formas do corpo (CORBAIN, 1989, p. 93).

Se a valorização da aparência e do apuro dos modos promoveu o acesso à educação e a possibilidade de ocupação de novos espaços de socialização, consumo e lazer pelas mulheres, por outro, lhes impôs um rígido controle sobre seu próprio comportamento. É o que mostra o *Código do Bom Tom*,<sup>16</sup> manual de etiqueta muito utilizado no Brasil e em Portugal. Segundo seu autor — um cônego —, era responsabilidade do sexo feminino vigiar seus sentimentos, vontades íntimas e ações, pois, assim como aconteceu com Adão e Eva, a mulher era a culpada por despertar o desejo no sexo oposto:

---

<sup>16</sup> O *Código do Bom Tom* foi editado pela primeira vez em 1845.

Figuras 36 – Evolução dos trajes de banho de mar femininos, Estados Unidos, século XIX.



FIGURE 4.—BATHING DRESS.



(a) Vestido de banho, Estados Unidos, 1858. (b) Roupas de banho, Estados Unidos, 1877.



(c) Traje de banho com saia destacável, Estados Unidos, c. 1880.

Ao longo do século XIX, o traje de banho de mar feminino deixou de ser um camisolão comprido e solto. Ganhou uma modelagem mais elaborada, composta por calça comprida bufante e túnica ampla e comprida, de cintura marcada (a).

Na segunda metade dos anos 1800, a influência da moda mostrou-se mais presente e as roupas de banho tornaram-se mais variadas e adornadas. A inspiração veio dos uniformes dos marinheiros, com sua gola e debruns brancos característicos (b).

As peças também encurtaram, oferecendo maior comodidade e segurança dentro d'água. A difusão da natação foi outro estímulo à diminuição das roupas de banho, embora essa fosse uma atividade bem mais difundida entre os homens. Para a natação, as mulheres passaram a adotar modelos sem saíote ou com saíote destacável, como o exemplo ao lado (c).

Fontes: (a) *Harper's New Monthly Magazine*, jun. 1858, p. 143-144 apud UNZ.org; (b) *Harper's Bazar*, Estados Unidos, 19 ago. 1871, p. 521 apud Blum (Ed.), 1974, p. 46; (c) Salen, 2013, p. 10.

[...] se se puder supor que tua vontade tem alguma parte no efeito que produzes, se se crer que contribuis de algum modo para que os homens olhem para ti com particularidade, e que buscas suas homenagens, será declarada *leviana, garrida e namoradeira*, o que tudo se inclui na palavra francesa *coquette*, que mui bem conheces, e que é o oposto de *sisuda, modesta e recatada*, que são os mais preciosos dotes de uma donzela; [...] (ROQUETTE, 1867, p. 289).

No entanto, o banho de mar proporcionava situações capazes de aflorar um turbilhão de sensações físicas e emocionais. Era a força das ondas sobre o corpo pouco habituado ao meio aquoso e ao exercício, o prazer ou o medo despertado pelo contato das ondas, o arrepio causado pela água fria, o tecido da camisola de banho flutuando ou aderindo ao corpo e o inevitável desmazelo que se exibia ao retornar para a areia. Sem contar com a intimidade corporal que se estabelecia com o banhista profissional, que auxiliava nos mergulhos, ou o contato com algum nadador mais intrépido, protegido sob as ondas.

À mulher não cabia ser o centro das atenções, mas fosse a principal protagonista da moda, cuja influência sobre os trajes de banho de mar se fez cada vez mais presente ao longo da segunda metade do século XIX. Modelos elaborados, em materiais mais requintados, elementos decorativos, apliques e uma variedade cada vez maior de acessórios compunham o guarda-roupa ideal da banhista elegante. No entanto, muitos artifícios que moldavam a elegância feminina nos salões, não podiam ser utilizados nas roupas de banho. Assim, o que se via nas praias eram corpos reais, fossem de beldades ou de mulheres menos agraciadas pela natureza, que se convertiam em atributo de valor de acordo com o grau fidelidade aos padrões estéticos em voga.



Figura 37 – Charge do periódico *A Semana Illustrada*, 1868.

#### BANHOS DE MAR

— *Tudo se me esclarece, Thereza! Agora vejo a minha ilusão: não era a natureza que te fazia tão redonda, era Mme. Guion.*

Ao que parece, os recursos de modelagem e estruturação da silhueta, amplamente empregados na moda feminina do século XIX, não foram incorporados às roupas de banho. Quando molhadas elas aderiam ao corpo, salientando sua forma natural, apesar de serem confeccionadas com tecidos pesados e corte amplo.

Fonte: *A Semana Illustrada*, 26 jan. 1868/ Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Esse tema foi muito explorado pela imprensa, como na charge que tecia críticas às mulheres que tiravam partido da moda para iludir os olhos masculinos. Cedo ou tarde, nos banhos de mar, a verdade vinha à tona (A SEMANA ILLUSTRADA, 1867, p. 2972) (Figura 37). Ou ainda na seção *Chronica Elegante* da revista *A Semana Illustrada* (1861, p. 151) que, sem pudor, colocava no rol das “coisas que [tinham] a vantagem de ser ridículas: uma mulher baixa e gorda, vestida com camisola de banho”.

## 2.2 A influência dos periódicos femininos

Publicações voltadas para o público feminino surgiram no Rio de Janeiro após 1822, ano em que o Imperador D. Pedro I autorizou o uso da imprensa para fins comerciais. Antes disso, para se obter informações sobre as novidades europeias era necessário adquirir publicações e figurinos importados. Outra opção eram as visitas à rua do Ouvidor que, nos anos 1820, já estava consagrada como o endereço da moda e do luxo franceses na cidade (MACEDO, 2005, p. 100-101). Seus quarteirões reuniam modistas francesas e estabelecimentos elegantes de todos os tipos, onde se podia comprar tecidos, aviamentos, enfeites, joias, sapatos, flores e toda sorte de complementos.

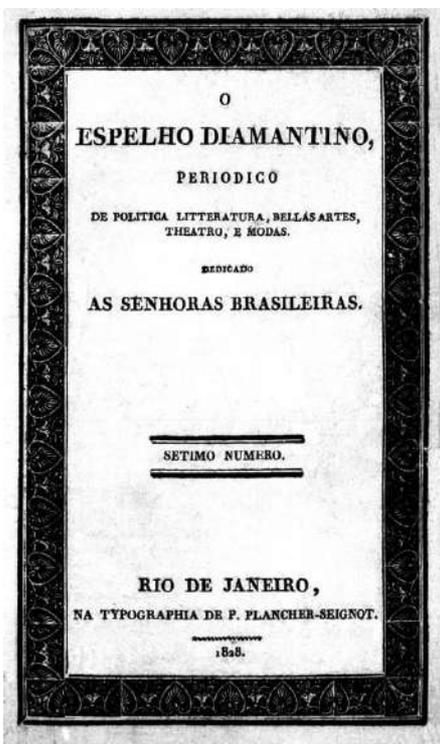
No século XVIII, a França foi a precursora na publicação de jornais femininos, tipo de produto editorial, que logo se difundiu pela Europa, inclusive em Portugal, e nos Estados Unidos (ROCHE, 1989, p. 448 apud RAINHO, 2002, p.70).<sup>17</sup> O primeiro jornal feminino do Rio de Janeiro, *O Espelho Diamantino*, foi lançado em 20 de setembro de 1827. Tratava de modas e assuntos diversos, como literatura, teatro, atualidades, política e belas-artes, e circulou até 1828 (RAINHO, 2002, p.75). Outros títulos surgiram na década de 1850, encabeçados por *Jornal das Senhoras* e *Novo Correio das Modas*, de 1852, e a *Marmota Fluminense*<sup>18</sup>, de 1854 (Figuras 38). Essas publicações traziam um conteúdo variado e uma diagramação mais elaborada, tirando partido do aperfeiçoamento do setor gráfico nacional, tanto na tipografia como nas técnicas de reprodução de imagens (CARDOSO, 2004, p. 42).

---

<sup>17</sup> Antes disso, a difusão da moda se dava, involuntariamente, pelos embaixadores ou pela troca de bonecas vestidas com as novidades e enviadas uma vez ao mês para as cortes (RAINHO, 2002, p. 71).

<sup>18</sup> A *Marmota Fluminense*, que surgiu com o nome de *A Marmota na Corte* (1849-1852), posteriormente passou a se chamar *A Marmota* (1857) (RAINHO, 2002, p. 77).

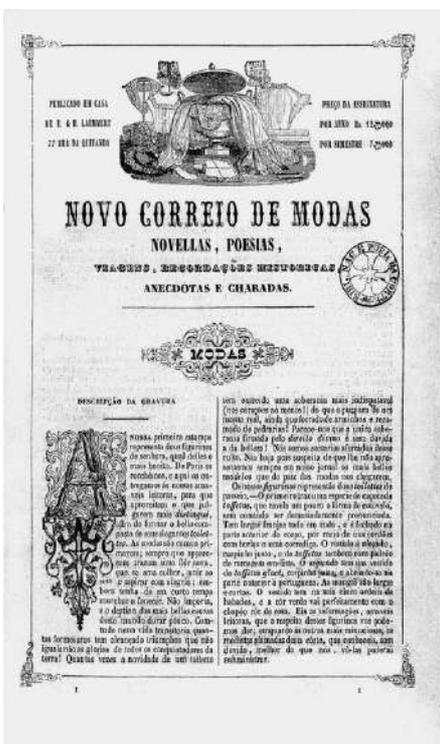
Figuras 38– Primeiras publicações femininas editadas no Rio de Janeiro, século XIX.



(a) O Espelho Diamantino, n.7, 5 jan. 1828.



(b) O Jornal das Senhoras, n.1, 1 jan. 1852.



(c) Novo Correio das Modas, n.1, 1852.



(d) Marmota Fluminense, n. 432, 3 jan. 1854.

A cada edição, os três periódicos ofereciam uma requintada gravura colorida de um figurino de francês. Se antes, no Rio de Janeiro, a difusão da moda pela imprensa local limitava-se à palavra escrita, agora, com o uso de imagens, ganharia maior impulso e apelo para o público leitor. Além de tratarem da importância e da necessidade da moda, *Jornal das Senhoras*, *Correio* e *Marmota* também procuravam educar suas leitoras quanto às normas de gosto e comportamento das nações consideradas mais civilizadas. Aspectos que, invariavelmente, se articulavam à escolha e ao uso apropriado das vestimentas.

Figura 39 – Traje para ir aos banhos pela manhã, 1853.



O mantelete de renda do traje à esquerda deixa à mostra o vestido de baixo, que faz as vezes de blusa em composição com a saia.

À primeira vista, esse traje poderia ser confundido com uma vestimenta de campo. Para isso, a saia teria que ser usada com “um corpo da mesma cassa, ou de outra qualquer fazenda branca”.

Esta era uma sugestão elegante para a ida aos banhos de mar pela manhã, mas estava vetada para qualquer outra ocasião (O JORNAL DAS SENHORAS, 9 jan. 1853, p. 2).

Nenhum dos quatro títulos trouxe figurinos específicos para os banhos de mar enquanto estiveram em circulação. Possivelmente por que esse tipo de roupa ainda não havia se tornado alvo das variações da moda. Por outro lado, o traje para uso nas estações balneárias já merecia atenção. Vale destacar a sugestão publicada na edição de 9 de janeiro de 1853 de *O Jornal das Senhoras*. Na gravura, aparecem duas figuras femininas. A da esquerda exibe um traje para ser usado na ida aos banhos, pela manhã, que seria inadequado para qualquer outra ocasião. Ele era composto por uma saia e uma *visite*, isto é, uma espécie de manto ou capa curta (mantelete) de renda, sem mangas, com vãos para a passagem dos braços, que deixava entrever o vestido de baixo. Para ser usado no campo bastaria acrescentar à saia um corpinho (Figura 39).

A editora do jornal estava ciente que, à primeira vista, esse traje para ir aos banhos poderia causar certo estranhamento à leitora brasileira, parecendo um tanto quanto ousado. Afinal, deixava à mostra o vestido de baixo, peça que normalmente se mantinha oculta sob a vestimenta externa, como uma roupa íntima. Por isso, alertava que seu uso, em qualquer outra ocasião, “seria impróprio do bom-tom de uma elegante”. Mas ratificava a sugestão, afirmando ser adotada pelas elegantes da capital internacional da moda: Paris: “as Parisienses no verão assim costumam se vestir de manhã cedo quando estão a banhos” (O JORNAL DAS SENHORAS, 1853, p. 12a).

Em 1872 surge um novo título feminino pela tipografia carioca Lombaerts & Comp., o jornal francês *La Saison*. A partir de 1879, a publicação quinzenal passou a ser editada em português e a se chamar *A Estação*, tendo circulado até 1909. Ao contrário de seus antecedentes em português, era fartamente ilustrado com ideias de bordados, trabalhos manuais, roupas e acessórios para senhoras, jovens e crianças e dicas para o uso das peças. Também trazia encartada uma gravura de figurino colorida e risco de moldes e bordados com instruções de montagem (Figura 40).

Seu objetivo era atender “à toda mãe de família econômica, que desej[asse] trajar e vestir suas filhas, segundo os preceitos da época”, por isso, em anexo, vinha um suplemento com o risco dos moldes das peças. Estes também podiam ser adquiridos em tamanho natural, cortados em papel ou cortados e alinhavados em papel ou em um tecido de algodão conhecido como cassa. O prazo para a confecção desses moldes individuais era de vinte e quatro horas e, se necessário, serem remetidos pelo correio mediante uma taxa extra (A ESTAÇÃO, 1879, 15 jan., p. 1).

Figuras 40 – O jornal alemão *Die Modenwelt* e *A Estação*, sua versão brasileira, 1882. O conteúdo publicado na edição alemã de 13 de março de 1882 (a) chegou às leitoras da versão brasileira um mês e meio depois, no exemplar de 30 de abril do mesmo ano (b).



(a)



(b)

Fonte: (a) Creative commons, 2016; (b) Biblioteca Nacional Digital, 2015.

*A Estação* era a versão em língua portuguesa do periódico de moda alemão *Die Modenwelt* (Figuras 2.2.3), da editora *Lipperheide*, com sede em Berlim. *Die Modenwelt* foi originalmente concebido para ser um periódico internacional, tanto que, antes mesmo de seu lançamento, foram estabelecidas conexões com editores estrangeiros. No caso, o jornal francês *L'illustrateur des Dames*, de Paris, e o inglês *The Young Ladies Journal*, de Londres. Assim, já existia em três línguas desde seu primeiro número, datado de 1864. No final dos anos 1880, o material editorial de *Die Modenwelt* era editado em treze línguas diferentes, o que o torna um dos primeiros periódicos (se intitulava um jornal) verdadeiramente internacional. E mesmo tendo sua matriz na Alemanha, era orientado pela autoridade cultural francesa, reunindo uma audiência global, que aspirava aos mesmos símbolos distintivos de prosperidade e bem-estar, neste caso, objetos de vestuário e decoração (SILVA, 2009, p. 1-26).

Na edição de 15 de julho de 1880, *A Estação* deu destaque de primeira página ao tema das roupas de banho, salientando a importância de manter a “reputação de elegância” mesmo durante essa atividade (Figura 41). Indicações

sobre materiais, cores, sapatos e toucas para os banhos de mar também são dadas, como no trecho a seguir, sobre tecidos:

Devo repetir aqui, que o vestuário de banho, se faz de lã e nunca de qualquer fazenda de algodão. Aconselho entre elas, como a mais própria, o *escot* ou sarja de lã, que é uma lâzinha áspera, que resiste à água e deixa ao corpo, toda a liberdade de movimentos. Depois: o merinó, a flanela, e mesmo o pano de verão, muito leve, que uma de nossas assinantes confessou-me francamente ter escolhido, por ser mais quente (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 01).

Na mesma edição, o jornal apresentou um guarda-roupa completo para os banhos de mar, que contemplava não apenas o que era necessário para a imersão na água, como também para depois dos mergulhos. Esse “arsenal” é apresentado ao final desse texto (Quadros 4 e 5; Figuras 43 a 46), com as peças alocadas de acordo com esses dois critérios. Também foram acrescentadas outras opções, publicadas na edição de 15 de julho de 1881 e de 31 de julho de 1902 (Figuras 44 e 45), que contribuem para uma ideia mais completa da diversidade de roupas e acessórios femininos para banhos de mar desse período. Afinal, conforme apontavam os cronistas da época: “esse clássico vestuário não costuma ser muito vário, [mas,] pode contudo, tornar-se mais bonito e interessante” (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 1).

A *Estação* se tornou “o jornal de modas parisienses de maior circulação no Brasil” (A ESTAÇÃO, 1900, 15 jul., p. 1), proporcionando àqueles que não dominavam o francês acesso às novidades da moda feminina europeia, sejam eles fabricantes de roupas prontas, modistas, costureiras ou donas de casa. Lembrando que era hábito entre as classes média e alta brasileiras, receber uma costureira em casa, uma vez na semana, para suprir a demanda de vestuário para o dia-a-dia (BARROS, 1998, p. 19; GRAHAM, 1992, p. 18, 76 e 116 apud NACIF, 2006, p. 5) e que a costura era um das poucas ocupações femininas consideradas respeitáveis.

Tal periódico circulou em um momento de tremenda popularização da moda, impulsionada pelas novas tecnologias de confecção de roupas desenvolvidas na Europa e nos Estados Unidos. De acordo com Nacif (2006, p. 3 e 4), grande número de manuais de corte apareceram a partir dos anos 1830. Eles visavam racionalizar as técnicas de modelagem de vestuário, pela aplicação da geometria e da antropometria, e melhorar o aproveitamento dos tecidos. Edições como essas foram importantes, seja para a produção caseira de vestuário ou para a indústria de roupas prontas.

Figura 41 – Coluna *Chronica da Moda* sobre roupas para banho de mar, 1880.



**A ESTAÇÃO**  
JORNAL ILLUSTRADO PARA A FAMILIA

Nº 13      15 de Julho de 1880      IXº Anno

---

CORTE, um anno . . . . . 42\$000

EDITORES PROPRIETARIOS  
**LOMBAERTS & COMP.**  
LITHEIROS, ENCADENADORES E TYPOGRAFOS

RUA DOS OURIVES 7 — RIO DE JANEIRO

PROVINCIAS, um anno . . . . . 44\$000

---

**CHRONICA DA MODA**

Minha correspondencia com as assignantes de nossa carta *Estacao*, tornando-se de dia a dia mais activa, causa-me a satisfacção de provar, que algumas vezes acerto em *ser-lhes* util.

Regosijo-me de ver com quanta facilidade, as leitoras comprehendem explicações, que, mao grado meu, por maiores esforços que faça, sahem as vezes, bastante obscuras, e até confusas.

Queridas amigas, eu vos rogo, queiráo aceitar n'esta, meus votos de gratidão, pelos vossos amaveis cumprimentos, e felicitações, pelo talento e admiravel habilidade que mostrais na execução de obras de moda, e trabalhos de fantasia.

Neste numero, na ultima pagina, publicamos todo o arsenal necessario para uma estação de banhos de mar; porque si esse classico vestuario não costuma ser muito vario, pode contudo, tornar-se mais bonito e interessante.

Julgo que com um pouco de attenção, gosto e favorice, será facil ver-se encantadora, ainda mesmo com esse trajo tradicional.

A túnica á princeza, meio justa, des. 82, e a blusa de pregas, des. 81, são melhores que a *basquine*, usada ha annos. As senhoras que aprenderem a nadar ou conhecerem a natação, a faráo mais curta e com mais roda, para que não pareça repelida, o que é extremamente feio e incommodativo.

Para sahir d'agua, recomendo igualmente a túnica á grega, feita mais ou menos afogada, e o capullo manto com capoz ou capa de banho, des. 88, no qual se envolve a banhista, para entrar em sua barraca, ou voltar ao estabelecimento.

Não posso comprehendere como senhoras, que em geral, julgo comprometida sua reputação de elegancia, por se terem deixado surprender no desalinho, no interior de sua casa, consintão em mostrar-se na praia, á sahida d'agua, tiritantes e azuladas, sob a roupa encharcada.



1 e 2. Toilettes casaca ou de passeio.

1. Costume com túnica justa e apinhados de lado.      2. Costume com túnica de apinhados por pregas.

Muitas mãs de familia partilharão minha opinião, tendo como consequencia para suas filhas, a grande vantagem de tornar a sahida do banho, muito conveniente.

e deixa ao corpo, toda a liberdade de movimentos. Depois: o merino, a flanela, e mesmo o panno de verão, muito leve, que uma de nossas assignantes confessor-me francamente ter escolhido, por ser mais quente. O manto no qual se envolve, para atravessar a praia, e da mesma fazenda, azul, vermelha ou branca, enfeitado de galoes brancos ou de cor viva, e alguns, bordados a machina, com lá fina.

Não gosto da botina, para calçado de banho; n'agua, a perna não deve ficar apertada no tornozello, por isso prefiro o sapato, e o modelo dado no des. 86, me parece excellente.

A sola, se escolherá, se não muito grossa, ao menos, forte, para preservar o pé, de se machucar nos seixos.

As solas trançadas de palha, chamadas *espadrilhas*, a meu ver, são optimas.

O sapato é de borracha ou tecido esponja, forrado de baetilha, ornado de bordado a ponto de marca ou lançado, á lá, atando por fitas que o segúrio no pé.

Tem-se experimentado diversos modelos de tocar-se no banho, se com chapéus, toucas, ou redes, etc., porem nenhuma pôde satisfazer cabalmente.

O chapéo, que abriga do sol, deixa molhar os cabellos com agua do mar, que tem o gravissimo inconveniente de fazê-os engrossar e secar, apossando as mais das vezes, sua queda.

A touca, des. 81, achou-a um toucado dos melhores, e de tecido impermeavel, encerado ou metim, cortada inteiramente juda na cabeça, que de todo colore.

A réde, des. 83, bem bonita deixa penetrar agua, e torna-se assim um reservatorio ambulante, que a banhista coaduz.

Os cabellos serão trançados e arranjados de maneira á occupar o menor espaço possivel, e após o banho, recomendo a *raurja* ou toalha, des. 75, sobre a qual os cabellos soltos e encharcados, podem secar ao ar livre, sem risco de estragar a *toilette*.

ANI. ACEB.

Paris, 15 de Junho de 1880.

Outros recursos, surgidos no século XIX, também estimularam a indústria de roupas prontas. Um deles foi a fita métrica, mas o principal foi a máquina de costura, lançada em 1851. Seu uso agilizou a confecção de roupas, estimulou o aumento da quantidade de ornamentos aplicados e tornou cada vez mais raras as peças produzidas totalmente a mão (FORTY, 2007, p. 74, 76 e 77). A fabricação de roupas brancas e de banho em grande escala também foi estimulada com a difusão das máquinas de costura, pois sua execução menos complexa do que a de outros tipos de vestimentas. A primeira versão doméstica foi lançada em 1858 e se tornou objeto de desejo feminino. Foi nesse mesmo ano que a Singer, fabricante norte-americana de máquinas de costura, abriu seu primeiro ponto de venda no Rio de Janeiro. Seu sistema de vendas a prazo foi uma novidade, que facilitou sua aquisição, tornando-a muito popular nos lares brasileiros (SINGER.COM, 2015; SINGERCO.COM, 2015).

Vale destacar também que, no Brasil, o conteúdo de *A Estação* não se restringia à moda. Também trazia folhetins, inclusive de autores de peso da literatura brasileira, como Machado de Assis, que teve o conto *A Chave* publicado entre 1879 e 1880. O texto inicia com a descrição de uma cena de banho de mar protagonizada por Marcelina, a personagem principal:

A aurora, com seus dedos cor-de-rosa, vinha rompendo as cortinas do oriente, quando Marcelina levantou a cortina da barraca.[...] Lá está ela, à porta da barraca com as mãos cruzadas no peito, como quem tem frio; traja a roupa usual das banhistas, roupa que só dá elegância a quem já a tiver em subido grau [...] Vede, porém, o talhe, a curva amorosa das cadeiras, o trecho de perna que aparece entre a barra da calça de flanela e o tornozelo; digo o tornozelo e não o sapato porque Marcelina não calça sapatos de banho. Costume ou vaidade? Pode ser costume; se for vaidade é explicável porque o sapato esconderia e mal os pés mais graciosos de todo o Flamengo, um par de pés finos, esguios, ligeiros. A cabeça também não leva coifa; tem os cabelos atados em parte, em parte trançados — tudo desleixadamente, mas de um desleixo voluntário e casquilho. [...] Foi assim que a viu, pela primeira vez, com os cabelos úmidos, e a flanela grudada ao busto — ao mais correto e virginal busto daquelas praias (ASSIS, 1994, p. 1-3).

No conto, o modo como a moça se veste e para o banho de mar sugere que nem sempre se adotava todas as determinações da moda. Conforme os banhos de mar se tornavam mais difundidos, era cada vez mais comum encontrar nas ruas e no bonde indivíduos, famílias e grupos de banhistas, vestidos apenas com a roupa de banho e envoltos em um grande lençol branco, fazendo as vezes de toalha. Sinal da popularidade alcançada por essa prática no Rio de Janeiro (BARICKMAN, 2008, p. 10).

Nos banhos de mar, a moda era justamente a ferramenta que tentava suavizar os efeitos do desmazelo e da exposição corporal a que, inevitavelmente, as mulheres se expunham durante sua prática. Afinal, nem todas possuíam a juventude e a silhueta da jovem Marcelina, muito mais próxima das figuras elegantes das páginas de *A Estação*, que da realidade da maioria das mulheres. Uma cena de banho de mar, registrada pelo fotógrafo Augusto Malta em 1915, dá uma noção mais realista da aparência feminina durante tal atividade (Figura 42).

Figura 42 – Banho de mar na praia de Santa Luzia, 1915.



Os banhistas estão sob um píer, de onde pendem cordas usadas para se segurarem durante os mergulhos. No canto direito da imagem vê-se a escada que dá acesso à água.

Fonte: Augusto Malta, 22 jan. 1915/Museu da Imagem e do Som-RJ, 2015.

Quadro 4 – Lista de peças femininas de *A Estação* para uso DURANTE o banho de mar. As palavras entre parênteses são os termos originais, usados pelo jornal.

1. Traje de banho nº 82: Peça inteira e acinturada em flanela azul, de fechamento frontal com botões e casas. Leva enfeite de flanela branca bordada em azul escuro (azul ferrete) costurado ao tecido (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 138, desenho nº 82) (Figura 43).
2. Traje de banho nº 83: Composto por blusa de pregas e calça branca de merinó, flanela, escot ou outra fazenda própria, presa a um cós e apertada na perna por vivo de pelúcia de lã cor pérola. A calça recebe também um babado de 14 cm de altura, com duas tiras da mesma pelúcia aplicada na blusa. Esta tem pregas na frente e nas costas e fechamento frontal com botões e casas. Leva como enfeite babados de 6 cm de altura, também aplicados à barra e à gola, de modelo largo e pendente, que tem 15 cm de altura. Obs.: Outros ornamentos podem ser aplicados à peça, como trancelins de lã de cores vivas bordados à máquina, sutaches (soutache) ou renda guipure, com ou sem forro, etc (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 138, desenho nº 83) (Figura 43).
3. Costume de banho nº 55: Indicado para quem não quer nadar (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1881, p. 154, desenho nº 55) (Figura 44).
4. Costume de banho com calça e sem mangas nº 56: Indicado para natação (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1881, p. 154, desenho nº 56) (Figura 44).
5. Touca nº 84: É seguramente a melhor, em metim, tecido impermeável ou encerado, cortada justa à cabeça, como um toucado, e guarnecida de galão de lã. As costuras são debruadas com estreito trancelim e touca pode ser ajustada à cabeça franzindo-se as fitas localizadas na parte de trás (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 138, desenho nº 84) (Figura 43).
6. Touca nº 85: É confeccionada em metim e tem com corte amplo, para conter todo o cabelo, sendo franzida por elástico em toda a volta. Atrás ela é mais comprida, como um babado, para proteger a nuca do sol. Recebe na frente um enfeite em forma de diadema, composto por folhas recortadas em tafetá inglês e bordadas à ponto de festão com lã colorida, presas a uma fita (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 138, desenho nº 85) (Figura 43).
7. Touca com viseira nº 54: Para proteção do sol (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1881, p. 154, desenho nº 54) (Figura 44).
8. Cinto largo tricotado nº 57: Usado para sustentação do corpo, como se fosse um espartilho, mas maleável e elástico. Pode ser confeccionado com fio de algodão ou lã em formato tubular, como uma meia, ou com abotoamento (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1881, p. 154, desenho nº 57) (Figura 44).
9. Sapato nº 86: Espécie de sapatilha de tecido-esponja ou de encerado, com sola de cordão de palha trançada, forrada de flanela vermelha. O cabedal é ornado com um aplique de tecido em forma de golfinho (delfim), recortado em tecido de tom mais claro e fixado por ponto haste ou matiz. Recebe debrum de cadarço de lã e se prende ao pé com fitas que passam por ilhoses (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 138, desenho nº 86) (Figura 43).

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Quadro 5 – Lista de peças femininas de *A Estação* para uso DEPOIS do banho de mar. As palavras entre parênteses são termos usados pelo jornal.

1. Túnica nº 81: Tipo de agasalho. Indicada para a saída do banho, seu estilo faz alusão aos trajes gregos da Antiguidade. De acordo com a sugestão, é confeccionada com baetilha ou flanela, ambos de lã, ou com tecido-esponja, na cor branca. Também recebe enfeites, como galão e bordado na gola e na barra. Botões nos ombros fecham a peça, que se ajusta à cintura com o auxílio de um torçal com borlas (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 138, desenho nº 81) (Figura 43).
2. Manto com capuz nº 88: Tipo de agasalho. Pode ser feito de flanela ou baeta listrada de azul e branco, orlado com fita azul. Seu capuz é franzido por um elástico que passa por dentro de uma bainha e que, na ponta, recebe uma borla de lã azul (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 138 e 31 jul. 1880, p. 148, desenho nº 88) (Figura 43).
3. Luvas para fricções nºs 58 e 59 (detalhe): Confeccionadas em tricô com fio de linho grosso, “carunchoso e retorcido” (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1881, p. 154, desenhos nº 58 e 59) (Figura 44).
4. Saco de banho nºs 60 e 61 (detalhe): Confeccionadas em tricô com fio de linho grosso, “carunchoso [rústico] e retorcido” (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1881, p. 154, desenhos nº 60 e 61) (Figura 44).
5. Chinelo nº 87: É um chinelo (chinela) de linho rústico (linho de fardo), bordado com lã vermelha (encarnada) e preta, em ponto de ponto cruz (ponto de marca), forrado de baetilha vermelha e com sola de corda (sola de barbante), como a de uma alpargata (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 138 e 31 jul. 1880, p. 148, desenho nº 87) (Figura 43).
6. Cobertas nº 77, 78 e 79: Podem ser feitas em várias tamanhos, utilizando um tipo de tecido de algodão conhecido como tecido-esponja. Também costumam receber bordados decorativos, que, de acordo com a sugestão do jornal, são em ponto haste ou de marca (ponto cruz), na cor vermelha (encarnada) ou azul. São indicadas para tirar o excesso de umidade do corpo, antes de se vestir um agasalho como uma túnica, manto ou roupão (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 138, desenho nº 77-79) (Figura 43).
7. Toalha para secar cabelo nº 75: É feita de tecido-esponja e um formato peculiar, semelhante a uma capa longa e muito estreita. Deve ser usada após o banho de mar, protegendo as costas do vestido, onde os cabelos soltos e molhados se apoiam para secar ao ar livre. Por isso, recebe um forro de tecido impermeável. Também é adornada com galão de lã em toda a sua volta (A ESTAÇÃO, 15 jul. 1880, p. 138, desenho nº 75) (Figura 43).

Fontes: Biblioteca Nacional Digital, 2015.





Figura 45 – Roupas e acessórios para banhos de mar, 1902.

31. DE JULHO DE 1902

A ESTAÇÃO

XXXI ANNO, N.º 14

107

4. Collarinho alto para homens. — Molde conveniente: Sup. N.º XVI. — Os cantos do collarinho, de 5 cent. de altura atrás e quasi 7 cent. adiante, são um pouco dobrados para fora. O collarinho de linho duplo, com estrela por dentro, é pospontado a  $\frac{1}{2}$  cent. da orelha exterior.

5. Peitilho de camisa. — Os peitilhos de camisa, de linho muito fino, não são mais engommados. O modelo representa de cada lado da prega um grupo de pregas de 4 cent. de largura composto de sete preguinhas encachadas de pregas de 8<sup>ma</sup>. pospontadas na orelha.

21. Vista interior da romela com partes-collete, des. B.

22. Guarda-sol com applicação de renda. — Motivo de ornamento: Sup. fig. 70; v. tambem a designação do des. — Esta renda, de 12 cent. de largura, de um effeito encantador, é executada com galão de fustão tendo 5<sup>ma</sup> sobre um fundo de renda branca. É destinada a guarnecer vestidos que se lavão, roupa de mesa, de cama, cortinas, etc. Sobre um fundo de renda alinhava-se, esticado e a seu direito a fazenda do motivo de ornamento, depois, conforme as linhas do desenho, fixa-se o galão no comprimento dos contornos. Com linha de crochet DMC N.º 50 faz-se os pontos de renda, as costuras entrelaçadas, as presilhas com pontos festões arredondados e outras rodélinhas. O trabalho estando prompto, recorta-se o fundo sobre os pontos de renda e no comprimento da orelha exterior de renda; o motivo de ornamento, fig. 139, indica o tamanho e a disposição destes. V. tambem o des. 70.

23. Cinto. — O cinto de chamalote preto, curvado em baixo adiante e fechando atrás, é dos mais praticos. No meio adiante uma fivela oval de 8 c.  $\frac{1}{2}$  de altura, coberta de chamalote e guarnecida de contos de aço. Com este chamalote harmonisa a fivela quadrada de 4 cent. de altura, para fechar.

24. Gravata-plastrão com pontas de cambraia. — A gravata destinada a encher o decote de uma jaqueta ou de um corpinho-alfaiate, é formada por uma fita de setim tendo 9 cent. de largura. Alinhava-se na orelha interior uma tira de cambraia branca tendo 3 cent. de largura com pontas de cambraia bordada, de 2 cent.  $\frac{1}{2}$  de largura e 12 cent. de comprimento.

25-26. Guarnição de pescoço com gravata curta. — A guarnição de setim preto, formada de tecido genero flanela e forrada de sarja branca, forma a parte-collarinho com parte complementar cortada inteira visível no des. da vista aberta. A parte-collarinho, reforçada, tem na metade 35 cent. 6 cent. de largura no meio, 1 cent.  $\frac{1}{2}$  de cada lado; dá-se na parte esquerda um corte no qual passa a parte direita. Fecha sob um laço por meio de um elastico enfiado em corrediça. Uma tira de linho dupla e forrada, tendo 2 cent. de largura com pontas pospontadas sobre 1 cent., abotã por dentro, v. a vista aberta. A gravatinha é feita com duas dobras de cada lado, de 6 a 7 cent. de largura e 6 cent. de comprimento, com laço. A este prega-se as pontas inferiores em bico, tendo 11 cent. de comprimento e 7 cent. de largura, e as pontas superiores de 8 cent.  $\frac{1}{2}$  de comprimento e 5 cent.  $\frac{1}{2}$  de largura; uma tira de setim, voltada muito apertada, cobre a junção.

27. Vestido de baixo (blusa e saia em forma) para transparentes. — Molde: Sup. N.º XX. — O vestido, feito separadamente, pode servir de sombra para qualquer vestido de tecido transparente. O modelo é de tafetá de cor clara. O molde methodo, fig. 112, indica de que modo pode-se, com 5 metros de fazenda de 50-52 cent. de largura ganhar os sete pannos da saia sobre a qual deve-se fixar o preguinho de tafetá de 10 cent. de altura. Bainha positiça feita com a fazenda de cima, tendo 6 cent. de largura, e forrada. No panno de traz faz-se duas pregas conforme X e o: a fazenda excedente forma à esquerda a tira que deve ser dobrada à direita. Panno estreito de tafetá. Costuras duplas.

28. Costume de banho com collarinho e facha. Molde: Sup. N.º XXI.

29. Toaca (pérola) de banho em onze partes. Molde e descrição: Sup. N.º VII.

30. Costume de banho com saia. Molde e descrição: Sup. N.º XXI.

31. Costume de banho para menina de 5 a 6 annos. Molde e descrição: Sup. N.º VII.

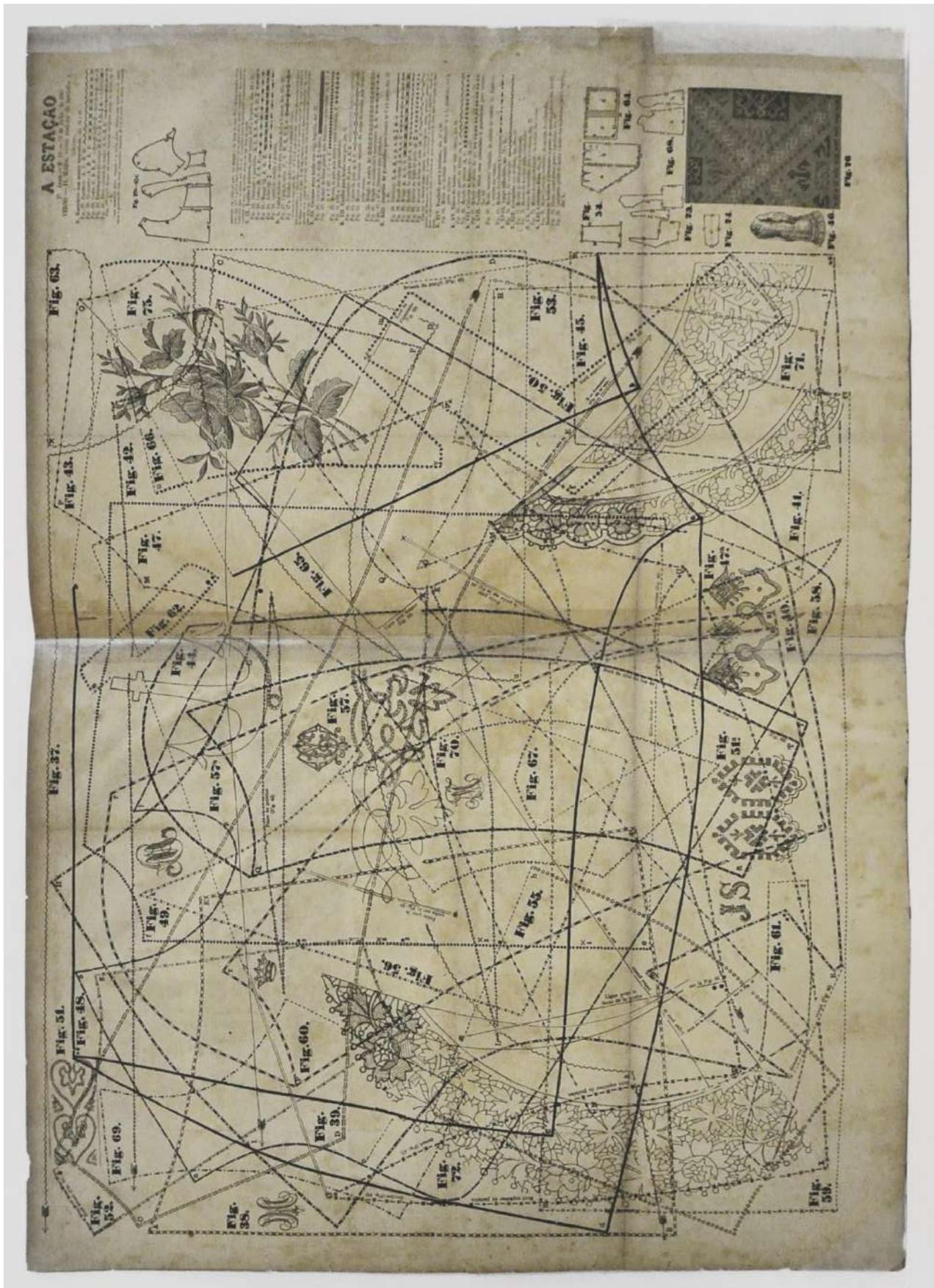
32. Roupa de banho com mangas largas. Molde, vista das costas e descrição: Sup. N.º IV.

33. Toaca de banho com plastrão. Molde e descrição: Sup. N.º VIII.

34. Sapato de banho. Molde e descrição: Sup. N.º VI.

35. Vestido de baixo (blusa e saia em forma) para vestidos transparentes. Molde: Sup. N.º XX.

Figura 46 – Folha de moldes do jornal de modas *A Estação*, 1880.



Fonte: *A Estação*, 15 jul. 1880, verso/Biblioteca Nacional, setor de Obras Raras, 2015.

### 2.3 Pioneiros da moda praia carioca

No século XIX, os principais fornecedores de artigos de moda para o mercado carioca e brasileiro eram a Inglaterra e a França. A primeira se destacava pelos têxteis de algodão, voltados para um mercado mais modesto, cuja fabricação em grande escala deu início à Revolução Industrial no século XVIII. Ao mesmo tempo, era a principal referência de estilo e elegância para o vestuário masculino. Já a segunda se sobressaía no segmento de moda feminina, tanto de confecção industrial quanto de Alta Costura (LIPOVETSKY, 1991, p. 69-70), tirando partido da posição que usufruía como principal referência de luxo e elegância da Europa.

A liderança da França no campo da moda se deu a partir de 1670, durante o reinado de Luís XIV (1638-1715). Foi nesse período que se originaram os elementos que constituem a chamada indústria da moda, isto é, “a gigantesca rede de designers, fabricantes, comerciantes e publicitários que decretam as mudanças da moda e ditam cada detalhe da imagem oficial que deve assumir a cada nova estação” (DE JEAN, 2010, p. 47). Com a Revolução Francesa (1789), que pôs fim ao Antigo Regime, esse prestígio da França nesse segmento não arrefeceu. As leis suntuárias, que até então regulavam o uso de roupas, tecidos, adereços e demais artigos relacionados ao vestuário e ao luxo, restringindo seu uso aos membros da corte, foram derrubadas. Em seu lugar foi instituído um novo decreto, editado em 1793, que garantiu a cada cidadão francês tornar-se “livre para vestir-se de acordo com seu sexo como lhe convém” (SILVA, 2011). Essa lei ampliou o mercado para os artesãos dedicados ao setor de vestuário e artigos afins e possibilitou, de modo inédito, que identificassem as peças que produziam utilizando seu próprio nome.

A corte portuguesa seguia os ditames da moda parisiense e, ao se instalar no Rio de Janeiro (1808), seu luxo impactou os habitantes da cidade. Então, as leis suntuárias ainda prevaleciam em Portugal, permanecendo em vigor também no Brasil, definindo como cada indivíduo deveria se trajar de acordo com seu papel na sociedade. Com o desenvolvimento do comércio local e a presença da realeza, o interesse pela moda se mostrou cada vez mais presente, estimulado pelas rápidas mudanças que se operavam no vestuário (SILVA, 2011). A elite carioca, na tentativa de se igualar à nobreza, acolhia avidamente suas modas, que adquiriam “uma função capital, tornando-se elemento caracterizador de uma sociabilidade moderna e marca de distinção social” (RAINHO, 2002, p. 44).

Até a abertura dos portos, o mercado brasileiro de moda e demais bens de consumo se manteve praticamente inexplorado, e a Inglaterra, que deu suporte a transferência da corte, soube tirar partido dessa situação em favor de seus interesses comerciais. Em 1810, D. João VI assinou novos tratados de livre comércio e navegação privilegiando a Grã-Bretanha, que conquistou o direito a uma taxa alfandegária de 15%, portanto menor que a de 16%, que cabia a Portugal. Tais medidas favoreceram a venda dos produtos ingleses no Brasil e desestimularam a expansão manufatureira local, que fora liberada em 1808, tornando difícil concorrer com os baixos preços praticados pelos fornecedores ingleses. Em 1828, seis anos após a Independência do Brasil (1822), a taxa de 15% foi estendida às demais nações, o que novamente dificultava o desenvolvimento industrial brasileiro. Por isso, quase todos os produtos consumidos no país durante o século XIX e em princípios do século XX eram importados, principalmente aqueles ligados à moda.

Com o fim das guerras napoleônicas na Europa em 1815, muitos profissionais franceses, como alfaiates, modistas e cabeleireiros, migraram para o Rio de Janeiro, o que possibilitou a estruturação de um mercado de moda local. Até então, não havia casas comerciais especializadas em produtos de moda no Brasil, mas casas que vendiam artigos variados, como livros, alimentos e móveis, entre os quais podiam ser encontradas peças de vestuário e afins (SILVA, 2011).

A partir de meados do século XIX, surgiram no comércio carioca lojas dedicadas exclusivamente aos produtos de moda (SILVA, 2011, p. 1), o que se nota pela análise do *Almanak Laemmert*, publicação que foi um marco da história editorial brasileira. Editado anualmente pela tipografia Universal, com capa dura e acabamento requintado, este periódico dedicado a assuntos variados e informações comerciais, circulou de 1844 a 1950 (LIMEIRA, 2010). Sua primeira edição trouxe um total de 104 lojas dedicadas ao comércio de fazendas e/ou modas, número que, em 1864, chegou a 280 e, em 1884, saltou para 530, englobando de estabelecimentos refinados e ateliês de modistas a lojas de artigos mais populares, como as de roupas feitas. (ALMANAK LAEMMERT, 1844, p. 251-255, 257; Idem, 1864, p. 51, 59, 170; Idem, 1884, p. 62, 787-793, 847-859).

Com o interesse crescente pelos banhos de mar no Rio de Janeiro, surgiram empresas dedicadas à produção de roupas de banho, como mostra a edição 1879 do *Almanak Laemmert*. Na seção *Notabilidades*, apareceu o anúncio da casa de G. Alfred Nicoud, chamada *Au Gagne Petit*, expressão em francês que pode ser traduzida como

“Ao pequeno lucro”. Nessa propaganda informava que era a “única casa especial de meias e fazendas de meia” e o maior empório da América do Sul para esse tipo de produto. Também se intitulava “fábrica nacional de roupas para banhos de mar”, oferecendo um grande sortimento de “ceroulas e costumes para banhos, para senhoras, homens e crianças, de meia de lã, algodão e flanela” (Figura 47) (ALMANAK LAEMMERT, 1879, p. 829 e 906; IDEM – NOTABILIDADES, 1879, p. 83).

Na edição de 1891, o anúncio de *Au Gagne Petit* dizia que fora fundada em 1853<sup>19</sup>, sendo a única e a mais antiga no ramo e tendo condições de fazer roupas de banho sob medida em 24 horas. Além disso, oferecia complementos para os banhos de mar, como lençóis, capas, toalhas de felpo, sapatos e toucas de borracha e de encerado, o que mostra o êxito de seus investimentos nesse segmento (ALMANAK LAEMMERT, 1891, p. 83). A partir de então, outras fábricas especializadas em roupas de banho de mar começaram a aparecer no *Almanak* e estão listadas a seguir (Quadro 6):

Quadro 6 – Lista de fábricas de roupas de banho anunciadas do *Almanak Laemmert*.

Legenda: Foi mantida a grafia original do nome dos estabelecimentos, que aparecem em itálico, e de seus proprietários. A grafia dos logradouros foi atualizada e, sempre que possível, indicado seu nome atual.

O número entre parênteses indica o ano em que a fábrica apareceu pela primeira vez no almanaque.

1. *Au Gagne Petit*, de G. Alfred Nicoud, na rua da Quitanda 28 (1879). Em 1898 aparece um segundo endereço, na Rua Christovão Colombo, atual rua 2 de Dezembro, no Flamengo, onde havia alguns estabelecimentos de banhos de mar (*Almanak Laemmert*, 1879, p. 83) (Figura 2.3.1).
2. *Camisaria Franceza*, de Dutrain Villan Falque & C., antiga *Casa Villan & C.*, na rua do Ouvidor 75 (1891).
3. *Casa Especial de Roupas de Banho*, rua da Quitanda 12-A (1896). Endereço que em na edição de 1898 aparece como *Casa do Ruas*.
4. *Barros Araujo & C.*, rua do Ouvidor 84 (1898).
5. *Mendes Ferreira & C.*, na rua da Quitanda 30 (1900). Em 1908 aparece com novo endereço, rua 7 de Setembro 22.
6. *Barbosa & C.*, fundada por Campos & Barbosa, na esquina da rua do Ouvidor 134-A com rua Uruguaiana 84 (1900). Em 1905 aparece como *Camisaria Ouvidor* (*Almanak Laemmert*, 1900, p. 1122) (Figura 2.3.2).
7. *Camisaria Americana*, de L. de Barros Freire, na rua do Ouvidor 125-A (1900) (*Almanak Laemmert*, 1901, p. 978) (Figura 2.3.3).

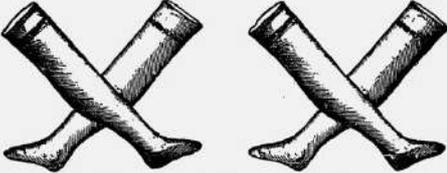
Fontes: Biblioteca Nacional Digital, 2015.

<sup>19</sup> Contraditoriamente, no almanaque de 1885 seu anúncio informa que foi fundada em 1860 (ALMANAK LAEMMERT, 1885, p. 126).

Figura 47 – Anúncio do estabelecimento *Au Gagne Petit*, 1879.

NOTABILIDADES 83

**AO GAGNE-PETIT**  
**G. ALFRED NICOU**  
28 RUA DA QUITANDA 28



**GRANDE EMPORIO DE MEIAS**  
UNICA CASA ESPECIAL DE MEIAS E FAZENDAS DE MEIA

Fabrica nacional de roupas para banhos de mar

Este estabelecimento, o maior, mais antigo e sem rival, já vantajosamente conhecido por ser o maior emporio de meias e fazendas de meia da America do Sul, recebe mensalmente grande sortimento de meias de todos os tamanhos e qualidades, para senhoras, homens e crianças, assim como todas as qualidades de fazendas de meia, camisas e ceroulas de meia, de algodão, lã, fio de Escocia e seda, camisas de meia, de lã e de flanela, jalecos grandes e pequenos, para fóra e para pôr por baixo da roupa, e sapatos de lã, objectos de tricot e crochet para recém-nascidos, toucas, sapatinhos e babadouros, etc., meias elasticas de borracha para pernas inchadas.

Tem sempre o mais completo sortimento de camisas de meia de algodão, finissimas e encorpadas, para trabalhadores, camisolas de algodão, e de flanela para senhoras, ceroulas e costumes para banhos, para senhoras, homens e crianças, de meia de lã, algodão e flanela.

Nenhuma outra casa pôde rivalizar no sortimento infinito de todas as qualidades de suas fazendas: mais de 6,000 duzias de meias renovadas mensalmente.

As famílias que tiverem de ir para a Europa ou interior do Imperio encontrarão sempre grande sortimento de meias de lã e roupa de meia de lã para a estação fria.

**G. ALFRED NICOU**  
28 RUA DA QUITANDA 28 (103)

Fonte: Almanak Laemmert, 1879, p. 83/  
Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Figura 48 – Anúncio da *Camisaria Americana*, 1901.

978 NOTABILIDADES COMMERCIAES.

**CAMISARIA AMERICANA**

ROUPA ROUPA

**Branca**  **Branca**

PARA PARA

Homens e Senhoras Meninos e Meninas

ENXOVAS PARA RECÉM-NASCIDO, BAPTISADOS, COLLEGIOS E CASAMENTOS

ROUPA BRANCA PARA CAMA E MESA

**Especialidade de roupas e mais artigos para banhos de mar**

FABRICA DE CAMISAS E CEROUHAS SOB MEDIDA

**L. DE BARROS FREIRE**

125 A Rua do Ouvidor 125 A  
(Canto de Rua Gonçalves Dias)

RIO DE JANEIRO

Fonte: Almanak Laemmert, 1901, p. 978/  
Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Figura 49 – Anúncio do empório *Barbosa & C.*, 1900.

**BARBOSA & C.**

**Grande emporio de roupa branca**

FUNDADO EM 1864 POR CAMPOS & BARBOSA

E' este estabelecimento ainda hoje o primeiro em todo o Brazil, attendendo ao esplendido sortimento, boa qualidade e modicidade dos preços.

Aqui especializamos os principaes artigos de que se compõe o sortimento, como sejam : Camisas de linho, de morim, de lã e de seda para homens, senhoras e crianças; punhos, collarinhos e peitos postiços; sortimento de meias de seda, de fio d'Escocia, de lã e de algodão para homens, senhoras e crianças; lenços de linho e de seda, saias bordadas; robes de chambres; peignoirs; roupa, toucas e sapatos para banhos; roupa para cama e para mesa, objectos de fantasia, perfumarias finas, etc., etc.

**RUA DO OUVIDOR 134 A E RUA URUGUAYANA 84**  
(ESQUINA)  
CAPITAL FEDERAL

Fonte: Almanak Laemmert, 1900, p. 1122/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Os anúncios de três dessas casas (Figuras 47 a 49), que fabricavam e comercializavam roupas de banho, mostram que a principal expertise desses estabelecimentos era a confecção e/ou comercialização de roupa branca. Como esses dois tipos de produtos apresentavam semelhanças de forma, material e modo de produção fazia sentido fabricá-los simultaneamente. De onde se conclui que, desde sua origem, o segmento de moda praia possuía uma ligação estreita com o de *lingerie*.

A análise específica da propaganda do *Ao Gagne Petit*, levantou à seguinte questão: quais seriam as vantagens que levaram o proprietário de um estabelecimento especializado principalmente na venda de grandes volumes de meias, compradas de terceiros, iniciar uma fabricação local de roupas de banho? Foi possível levantar algumas hipóteses. Uma delas, o crescimento da demanda interna, que não pode ser atendida por fornecedores estrangeiros de roupas prontas, seja pela sazonalidade (questão que até hoje caracteriza o segmento de moda praia) ou por especificidades de uso local. No entanto, tais pressupostos exigiriam uma investigação mais específica e aprofundada, devendo necessariamente atrelar-se a pesquisas futuras.

De qualquer modo, é importante compreender a posição das indústrias de roupas prontas dentro do mercado de vestuário da época. Elas seguiam o modelo de negócios estabelecido por países industrializados, como a Inglaterra, onde se expandiu a partir da segunda metade do século XIX. Seus artigos gozavam de prestígio bem inferior àqueles produzidos pelo segmento “elegante” da costura, devido, em grande parte, às condições em que eram fabricados (FORTY, 2007, p. 73-78).

Independente da introdução das máquinas de costura, que permitiu aumentar a produtividade de certas tarefas, o ofício do corte e da costura requeria muita habilidade, obtida através de longo aprendizado (MALERONKA, 2007, p. 37). Entretanto, o sistema adotado pelas indústrias de roupas prontas, na grande maioria das vezes, se baseava em relações laborais de subcontratação e na produção dividida em etapas. Desse modo, não era necessário recorrer à mão-de-obra muito especializada, barateando o valor pago pelo trabalho, principalmente se executado com o auxílio de máquinas de costura. Como um dos objetivos desse tipo de negócio era oferecer roupas mais baratas, interessava a produção de modelos que exigissem cada vez menos operações manuais, mesmo que, para isso, fosse necessário comprometer o padrão de acabamento considerado elegante. Na coordenação desse processo, a figura de um mestre, responsável por estabelecer as instruções para que a produção se desenrolasse de forma adequada, era fundamental. Atribuição que integra o campo teórico e prático do design (FORTY, 2007, p. 64).

Figuras 50 – Anúncios de roupas de banho do magazine *Parc Royal*.

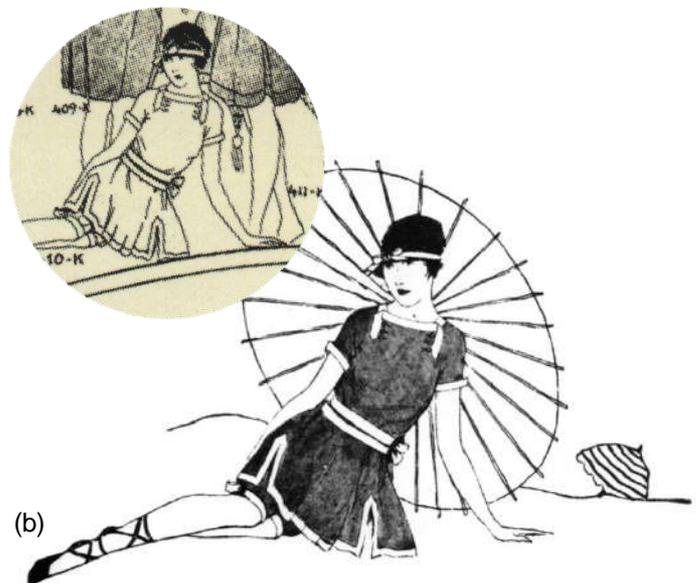
**BANHOS DE MAR**

Roupas para Senhoras, Homens e Crianças

- Lindíssimos modelos de roupas de banho, importados do estrangeiro.
- Acessórios de toda a espécie: toucas elegantíssimas, roupões de banho, sandalias, etc.
- Camisolas para Homens e Meninos, grande variedade com as cores de todos os Clubs e lisos: calções, cintos, chapéus de lona, etc.

Preços sem concorrência

**PARC ROYAL**

(a) *Revista da Semana*, jan. 1918.(b) *Revista da Semana*, dez. 1922.(c) *Revista da Semana*, jan. 1920.

**BANHOS DE MAR**

Toilettes para Banho... Toucas... Chapas... Sapatos de Banho... Cintos... Roupões felpudos... Camisolas lisas ou com as cores de todos os Clubs, etc.

Todos os artigos necessários a preços convenientes

**PARC ROYAL**

**BANHOS DE MAR :**

Todos os artigos

Toilettes para Banho... Toucas... Chapas... Calçado de Banho, Sandalias, Cintos, Chapéus de Lona, Roupões Felpudos, Camisolas lisas ou listradas com as cores de todos os Clubs.

**SORTIMENTOS ENORMES**  
**PREÇOS INCONFUNDÍVEIS**

**PARC ROYAL**  
A MAIOR E A MELHOR CASA DO BRAZIL

Fontes: (a) (c) (d) Biblioteca Nacional Digital, 2015; (b) Probert, 1981, p. 11.

Por fim, no extremo oposto desse padrão de produção, também havia uma oferta de roupas de banho de luxo, como atesta a seção de modas da *Revista da Semana* de 8 de dezembro de 1907. Eram peças de preço elevado e que empregavam tecidos nobres em sua confecção, como tafetá, tafetá escocês e seda, sendo o primeiro considerado muito vantajoso, pois nele a água corre facilmente, evitando “aderências indiscretas” ao sair do mar (REVISTA DA SEMANA, 8 dez. 1907, p. 5461).

Os fabricantes que se dedicavam a esse tipo de roupa de banho eram considerados o segmento “elegante” da indústria de corte e confecção. Executavam trabalhos de melhor qualidade, com o emprego de oficiais de costura plenamente qualificados, que trabalhavam nas instalações do patrão, muitas vezes de modo permanente, recebendo por peça de acordo com o acordado (FORTY, 2007, p. 73). Um exemplo desse tipo de negócio era o magazine *Parc Royal*, que viveu seu apogeu nas primeiras décadas do século XX, na *Belle Époque* carioca.

Figura 51 – Grupo de banhistas em Copacabana, 1918.



Analisando a foto acima, percebe-se que a roupa de banho de meninos e meninas era praticamente a mesma e muito semelhante a dos homens adultos. O traje de banho feminino começava a mudar a partir da adolescência, tornando-se menos aderente ao corpo, como os das duas jovens de pé, à direita. Mesmo assim, elas o usam em cores mais claras, passíveis de ficarem transparentes quando molhadas. Já as mulheres adultas necessariamente optam por uma cor escura e cobrem o corpo com a toalha ou o roupão ao posarem para a foto, demonstrando uma preocupação com o decoro.

Anunciante constante da *Revista da Semana*, *Parc Royal* diversas vezes deu destaque às roupas de banho com propagandas de página inteira, ricamente ilustradas e dedicadas exclusivamente a esse tipo de artigo (Figuras 50). Nelas os modelos já se mostravam mais arrojados que os de uso habitual, sem mangas, mais curtos e decotados, prenunciando as transformações que, em breve, chegariam aos trajes de banho. Se comparados aos que aparecem na fotografia de Augusto Malta, de um grupo de banhistas em Copacabana (Figura 51), nota-se que as roupas de banho dos anúncios do *Parc Royal* ainda não estavam generalizadas. Afinal, estavam destinadas a um mercado mais sofisticado e em sintonia com as modas europeias, mesmo que as propagandas salientassem que os preços praticados pela casa eram mais em conta, argumento que, atualmente, é utilizado para produtos de caráter popular (GORBERG, 2013, p. 25).

\*\*\*

Como afirmou o cronista João do Rio, “houve um momento que todo o Rio tomou banhos de mar”, período localizado entre os últimos vinte anos do século XIX e a primeira década do século XX (GAZETA DE NOTÍCIAS, 1911, p. 1), quando, então, o principal eixo praiano do Rio de Janeiro se deslocou em direção à Zona Sul da cidade. Mudanças mais radicais nas roupas de banho ainda demorariam cerca de dez anos para ganharem espaço. Seria necessário esperar pela repercussão das grandes mudanças sociais e tecnológicas em curso, que ganhariam terreno com o fim da Primeira Guerra Mundial e serão discutidas no capítulo seguinte.

### **3. A PRAIA COMO ESPAÇO DE MODA e LAZER**

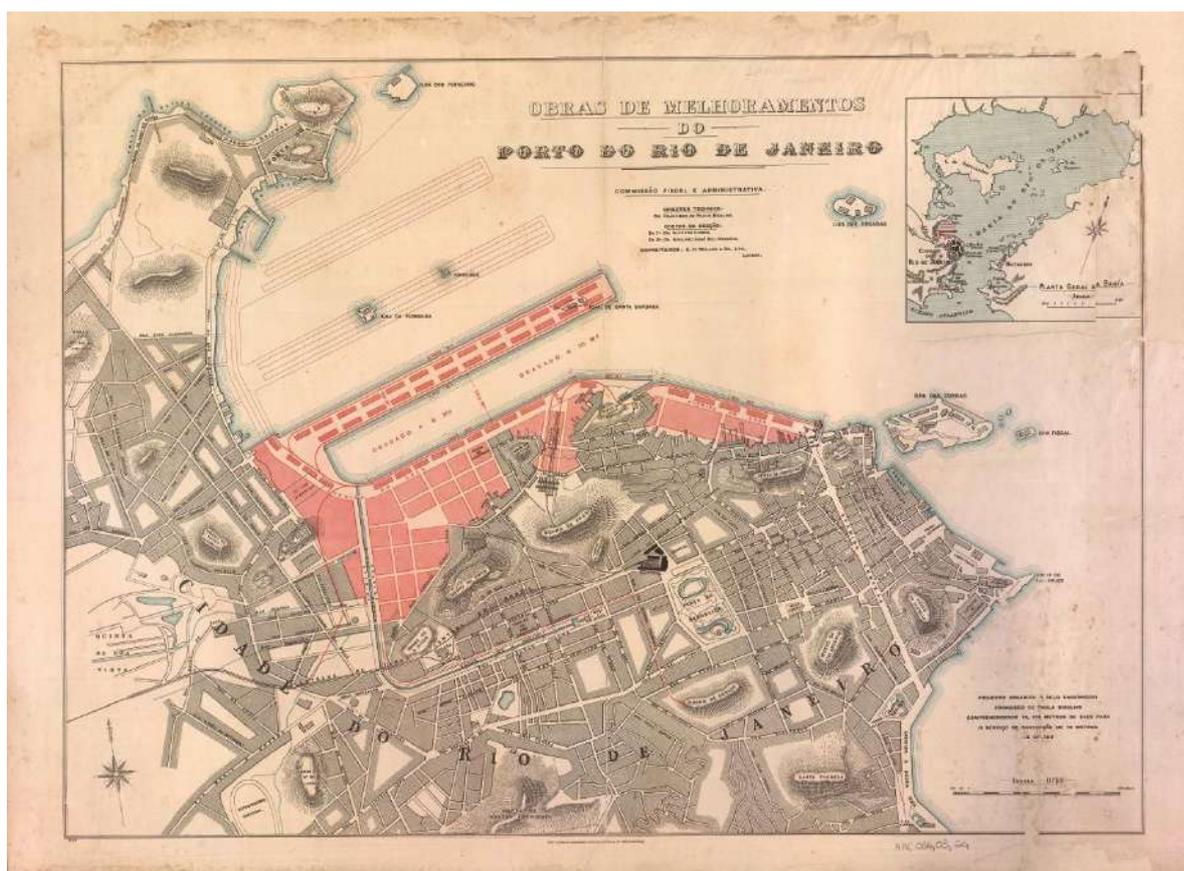
#### **3.1 Do Centro à Zona Sul: as reformas urbanas e o litoral (1902-1922)**

O Rio de Janeiro entrou no século XX como capital de uma jovem república (1889) e de um país livre do peso da escravidão (1888). Seu porto já era o terceiro maior das Américas, ficando atrás apenas dos de Nova York e de Buenos Aires, sendo o décimo quinto em importância mundial (BENCHIMOL, 1992, p. 219). No entanto, a cidade carecia de uma infraestrutura mais moderna, condizente com os padrões europeus ditos civilizados, tão caros à sua elite política, econômica e intelectual. Em sua região central, ainda predominava uma aparência de cidade colonial portuguesa, com ruas estreitas e vielas em péssimas condições de higiene. O crescimento da população ao longo das últimas décadas, impulsionado pela imigração europeia e o deslocamento de grande parte da mão-de-obra recém liberta do campo para a capital (EDMUNDO, 1938, p. 25-26), resultou em sérios problemas habitacionais. Cortiços proliferaram como alternativa de moradia popular, reunindo em uma única residência, sem o mínimo de infraestrutura sanitária, diversas famílias e indivíduos. A cidade também vivia sujeita a alagamentos constantes, tornando-se intransitável diante de qualquer chuva, de modo que seu estado geral de insalubridade contribuía para tornar a população suscetível a diversas doenças e epidemias devastadoras (BENCHIMOL, 1992, p. 180-182).

Diante desse panorama, coube ao Estado implementar uma política de embelezamento da cidade, impondo novos valores estéticos e arquitetônicos, motivados por razões ideológicas e políticas. A inspiração veio da reforma arquitetônica e urbanística de Paris, implementada pelo Barão Haussmann, entre 1853 e 1870, período em que foi prefeito desta cidade (BENCHIMOL, 1992, p. 192; GORBERG, 2013, p. 33-34). Afinal, o centro do Rio de Janeiro era uma área valorizada e, de acordo com os interesses das porções privilegiadas da população, precisava ser remodelada a altura de sua condição de sede política nacional. Na liderança dessas transformações esteve o engenheiro Francisco Pereira Passos, nomeado prefeito da capital federal em 1902 pelo presidente Rodrigues Alves (1902-1906). Entre seus principais feitos destacou-se a modernização do porto, obra que

retificou o litoral entre o Canal do Mangue e o Arsenal de Marinha<sup>20</sup> através de aterros, onde construiu armazéns, afastando a população do contato com o mar em todo esse trecho (Figura 52). Houve também a abertura de importantes vias, como: as avenidas do Mangue (atual Francisco Bicalho), do Cais (atual avenida Rodrigues Alves), Central (atual Rio Branco), Beira-Mar e Mem de Sá, que conectaram o Centro às demais regiões da cidade. Tais obras, principalmente a da suntuosa Avenida Central (Figuras 53 e 54), que se tornou símbolo de um Rio de Janeiro civilizado, levaram à demolição de grande parte da cidade antiga, incluindo os temidos cortiços (BENCHIMOL, 1992, p. 230). E para melhorar as condições de saúde e higiene foi implementada uma reforma sanitária, liderada pelo médico e sanitarista Oswaldo Cruz (BENCHIMOL, 1992, p. 223-226, 230, 236-238, 294-298, 316-319).

Figura 52 – Mapa das obras de melhoramentos do porto do Rio de Janeiro, c. 1903.

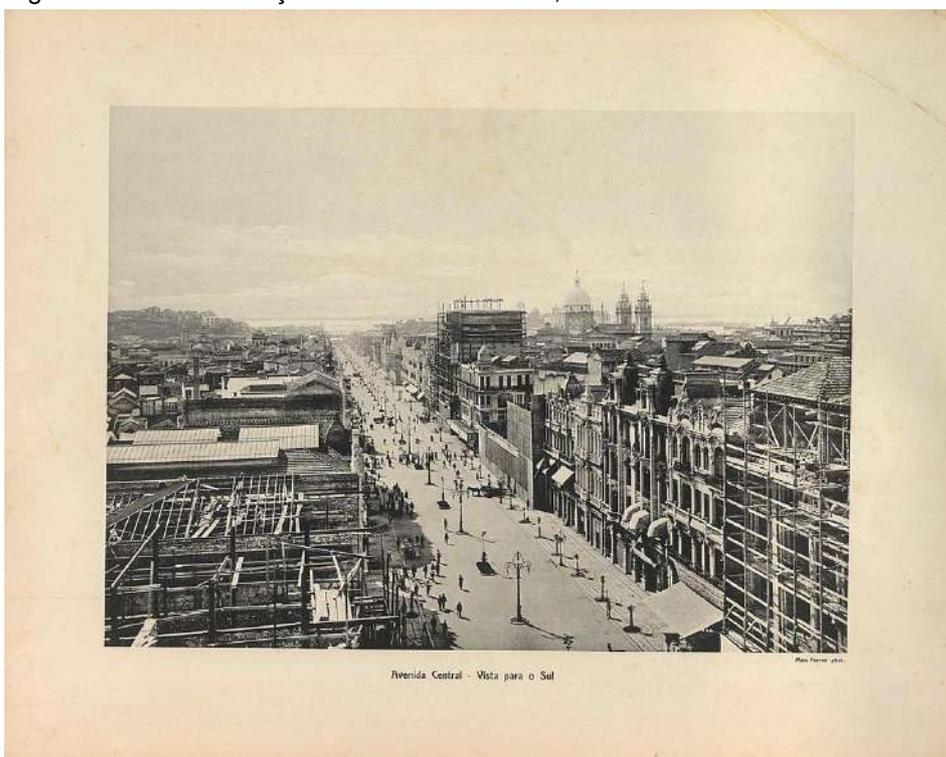


As partes vermelhas do mapa correspondem à área tomada à baía de Guanabara por meio de aterros, operação necessária para construção do novo porto da cidade. As obras descaracterizaram o litoral do Centro entre o Arsenal de Marinha e a praia de São Cristóvão (BENCHIMOL, 1992, p. 223), que correspondia às praias da Saúde, Gamboa, Santo Cristo, Saco do Alferes, das Palmeiras, entre outras.

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2016.

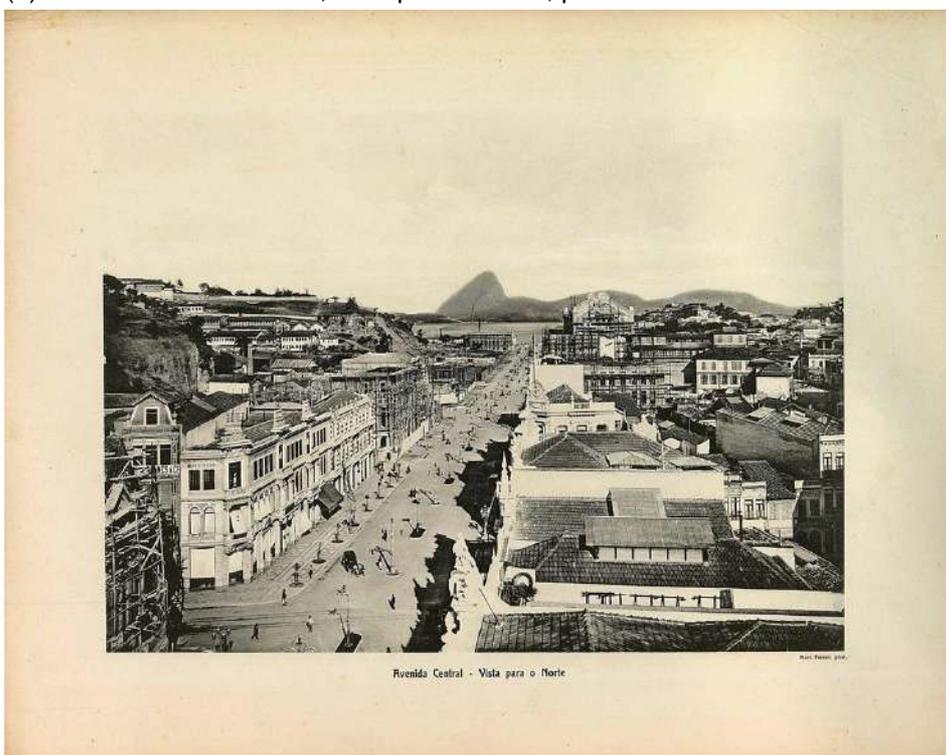
<sup>20</sup> O segundo trecho do cais, entre o canal do Mangue e a Ponta do Caju, foi planejado nessa ocasião, mas concluído apenas em 1924 (BENCHIMOL, 1992, p. 225).

Figuras 53 – A construção da Avenida Central, 1903-1906.

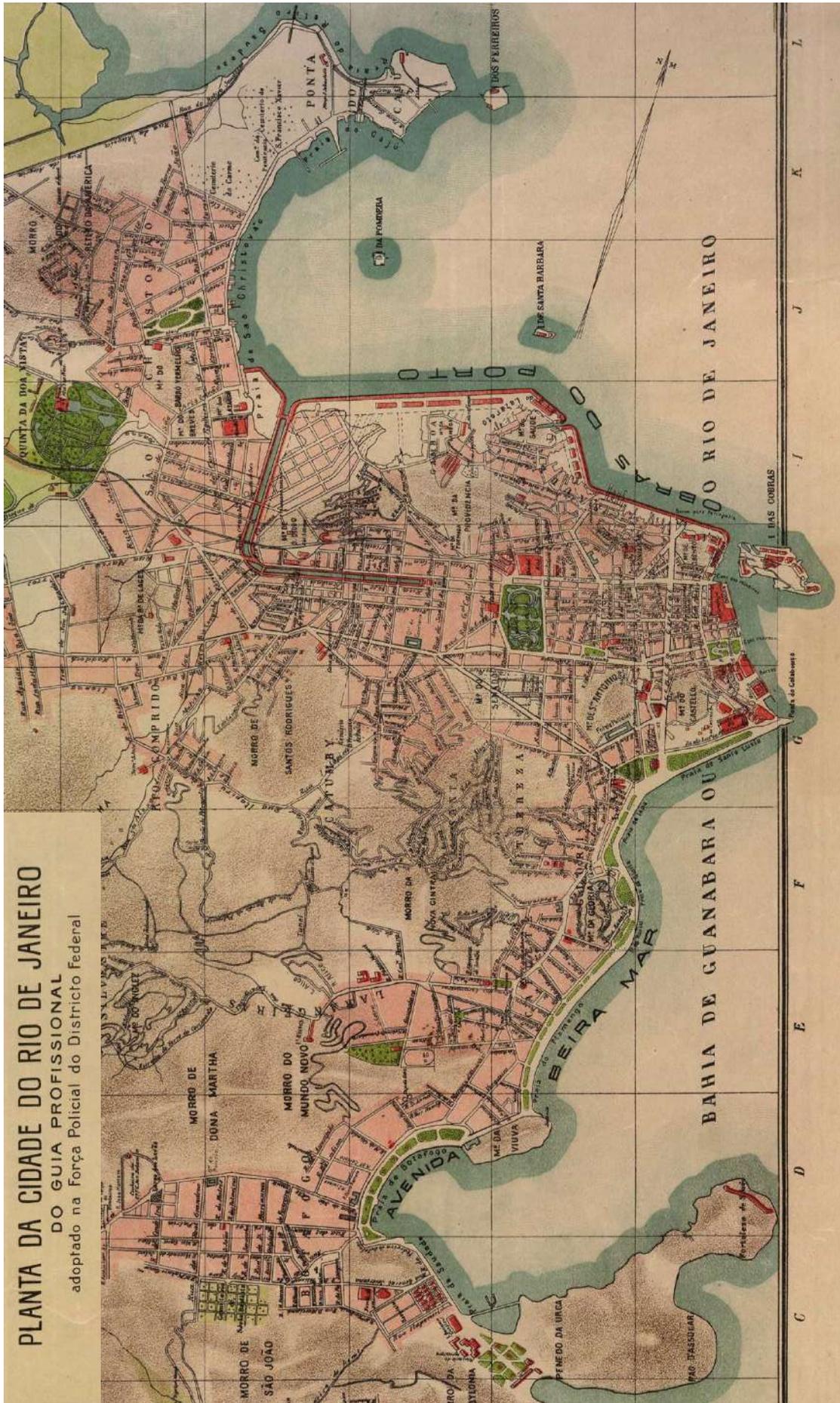


(a) *Álbum Avenida Central*, vista para o Sul, p. 3.

(b) *Álbum Avenida Central*, vista para o Norte, p. 6.



Rasgando o Centro da cidade, a avenida Central ia do novo porto até a praça Floriano Peixoto, onde se conectava com a avenida Beira-Mar. Seu traçado exigiu a destruição de vários prédios e ruas do período colonial, que deram lugar a construções em estilo eclético, cujas fachadas foram escolhidas por concurso.



Figuras 54 – Mapa do litoral carioca, da ponta do Caju à Urca (detalhe), c. 1907. Neste detalhe da planta do Rio de Janeiro nota-se o novo traçado do litoral da cidade, com o novo porto e a avenida Beira-Mar, resultantes das obras de urbanização realizadas pelo prefeito Pereira Passos.

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2016.

As obras do porto haviam suprimido grande parte das praias e enseadas disponíveis para banhos de mar no Centro (BENCHIMOL, 1992, p. 212-213), que ficaram restritas basicamente à região entre a Praia de D. Manuel e o Boqueirão do Passeio. A abertura da avenida Beira-Mar desafogou o trânsito em direção à Zona Sul, proporcionando pistas excelentes para a circulação dos modernos automóveis, e seu entorno recebeu aparatos urbanísticos como jardins e passeios de inspiração francesa. Entre suas praias, o Flamengo era a principal, embora oferecesse uma faixa estreita de areia, e o Palácio do Catete, sede do poder executivo da República, tinha nessa praia um píer exclusivo para atender aos governantes (Figuras 55 e 56) (GASPAR, 2004, p. 179-180; REVISTA DA SEMANA, jan. 1920). Botafogo também foi contemplado com embelezamentos e em sua enseada foi construído um pavilhão para regatas, na altura das ruas Carlota e São Clemente, cujas disputas marcaram época (Figura 57) (GASPAR, 2004, p. 188; MELO, 2011). Essas melhorias atendiam às novas diretrizes de ocupação dos espaços públicos da cidade, pautadas pelos princípios de ordem e civilidade, o que contribuiu para conduzir os banhos de mar da população elegante em direção ao litoral sul.

Figura 55 – Postal da Avenida Beira-Mar, trecho do Flamengo, c.1905.



Construída sobre um aterro que ia da Misericórdia e à praia da Saudade (atual avenida Pasteur), a nova via articulava o Centro aos tradicionais bairros aristocráticos da Zona Sul da cidade (MARINS, p. 1998, 146).  
Fonte: Augusto Malta, c.1905/Biblioteca Nacional Digital, 2016.



Figura 56  
Ponte presidencial  
do Palácio do Catete  
no Flamengo, 1902.

Fonte: Jornal  
do Commercio,  
24 fev. 1902, Acervo  
Claudia Gaspar/  
Gaspar, 2014, p. 179.

Figura 57 – Avenida Beira-Mar e pavilhão de regatas em Botafogo, c. 1903.



O pavilhão, construído na gestão de Pereira Passos (1902-1906), garantia uma moldura elegante e “civilizada” para um grupo seletivo de apreciadores do esporte preferido dos cariocas de então: as regatas.  
Fonte: Augusto Malta, c. 1903/Ermakkof, 2009, p. 228.

Figura 58 – Postal com vista de Copacabana, c. 1905.



Os princípios de ordem e civilidade, caros ao prefeito Pereira Passos (1902-1906), também foram aplicados à Copacabana. Ele deu fim à lei de liberdade de construção na região e, em 1905, aprovou os planos de construção da avenida Atlântica, concluída no ano seguinte, que incluíam o calçamento do passeio com pedras portuguesas (O'DONNELL, 2013, p. 53-54). Nesta imagem já se vê o traçado da nova avenida.

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2016.

Nos primeiros anos do século XX, Copacabana (Figura 58) ainda era um bairro em formação, mesmo estando conectado ao Centro por uma linha de bondes desde 1892. Seus atributos naturais e sua nova ocupação, crescente e luxuosa, indicavam que o areal tinha potencial para se tornar um exemplo de balneário, moderno e elegante. Entretanto, esse era um projeto para o futuro, pois mesmo as praias do Flamengo e do Centro careciam de uma infraestrutura que propiciasse o desfrute pleno de um estilo de vida à beira-mar (O'DONNELL, 2013, p. 100).

Na Europa, os balneários elegantes, em geral estavam longe dos grandes centros urbanos, dispendo de uma infraestrutura própria, complementar à praia, como hotéis e cassinos. Essas opções faziam da beira-mar um verdadeiro espaço de lazer animando a temporada balneária (WALTON, 2014). Enquanto isso, no Rio de Janeiro do início do século XX, as principais praias de banho localizavam-se em meio à urbs e, com excessão dos serviços oferecidos pelas casas de banho, não dispunham de infraestrutura adequada a essa prática.

Apesar das perspectivas promissoras em relação à Copacabana, a maior parte das visitas que o lugar recebia tinha como objetivo desfrutar da beleza de sua paisagem e não da praia em si. Tanto que era comum encontrar grupos, famílias e casais a passeio realizando piqueniques durante o dia ou caminhadas refrescantes à noite. Outro atrativo local era o restaurante da *Cervejaria Brahma*, instalado na estação de bonde do ramal do Leme, ou ainda cabanas e botequins, onde se podia comer e beber por preços módicos. Outro aspecto que também contribuiu para diferenciar Copacabana dos balneários estrangeiros de elite foi o perfil social variado dessa frequência e dos moradores originais do bairro. Apesar dos elegantes bangalôs recém construídos darem ares modernos à região, não eram as únicas edificações. Também havia residências modestas, choupanas de pescadores e casebres humildes nas encostas dos morros, erguidas antes dos primeiros projetos urbanísticos para a região e que contrastavam com a imagem elitista e civilizada que se atribuía ao bairro (O'DONNELL, 2013, p. 58, 61, 65).

Mesmo assim, os planos de ocupação de Copacabana eram ambiciosos. Desde 1872, havia o interesse em transformar a região em um bairro *chic*, moderno e salubre para atender à elite do Rio de Janeiro. Por isso, não foi à toa que, em 1905, Pereira Passos anulou o decreto de 6 de maio de 1898, que concedia liberdade de construção naquela região. A partir de então, todos os novos prédios erguidos seriam obrigados a seguir as diretrizes vigentes em outros bairros cariocas. Ainda no mesmo ano, o prefeito autorizou a obra para a abertura da Avenida Atlântica, iniciada em 1906, que deu origem à emblemática calçada de pedras portuguesas e se tornou marca registrada do bairro (O'DONNELL, 2013, p. 32, 50-51 e 54).

Dando voz à “batalha civilizadora” empreendida pela elite e as esferas governamentais da capital federal, alguns periódicos costumavam cobrar melhorias nas praias de banho do Rio de Janeiro e criticar o comportamento ultrapassado de muitos banhistas cariocas:

Aqui no Rio de Janeiro, cercados das mais belas praias do mundo, não conhecemos o prazer das praias de banho. Para o carioca, o banho de mar não tem estação: é um medicamento, [...]. A própria Copacabana não é uma praia de banhos; atualmente é um simples bairro excêntrico, e *chic*, da cidade. Há mais automóveis na avenida Atlântica do que banhistas nas areias da praia (ATLÂNTICO – MAGAZINE MENSAL, fev. 1913 apud O'DONNELL, 2013, p. 100).

Sim, é necessário insistir nesta cruzada de civilização e de bom gosto; é preciso teimar no convite ao *Copacabana Club* para que inaugure na praia, aos domingos,

um chá elegante; e indispensável decretar as tardes e as manhãs da moda nas areias douradas de Copacabana (REVISTA DA SEMANA, 25 dez. 1914 apud O'DONNEL, 2013, p. 101).

Em paralelo, também registravam em suas páginas a vida praiana da cidade. Revistas como *Para Todos*, *Careta* e *O Malho* tinham os banhos de mar como tema relativamente frequente, tanto em textos, quanto em imagens. Era comum a publicação de fotografias ilustrando o movimento nas praias, mostrando panoramas, grupos, famílias e jovens “sereias”, nem sempre muito à vontade diante das câmeras (Figuras 59).

Mesmo no Flamengo e Santa Luzia, as praias mais frequentadas da época, a oferta pública de serviços de socorro balneário era muito recente. Os primeiros postos de salvamento oficiais datavam de 26 de novembro de 1913, quando o prefeito Amaro Cavalcanti instituiu o decreto nº 1.551, que regulava os banhos de mar na cidade. Entretanto, mudanças mais significativa nos hábitos praianos só começaram a ser notadas por volta dos anos de 1916 e 1917, quando surgiram as primeiras barracas de lona e para-sóis nas areias de Copacabana e sua frequência também aumentou e começou a se estender pelas tardes, durante a primavera e o verão. Como não havia postos de salvamento nessa praia, os afogamentos tornaram-se frequentes e alguns chegaram a ser fatais (Figura 60). Assim, no dia 1º de maio de 1917, pelo decreto nº 1.143, os serviços de salvamento foram estendidos à Copacabana e ao Leme (O'DONNELL, 2013, p. 102-103).

Essas normas também versavam sobre o traje de banho que, pelo artigo terceiro, deveria ser “apropriado, guardando a necessária decência e compostura.” O descumprimento dessa lei resultava em multa, no valor de 20\$000, ou cinco dias de prisão, caso não fosse paga (A RAZÃO, 2 maio 1917, p. 2).

Apesar do interesse crescente por Copacabana, esta ainda era uma novidade no mapa balneário da cidade. Até os primeiros anos da década de 1920 era o Flamengo que recebia a frequência mais elegante, enquanto Santa Luzia, no Centro, e Caju e Ramos, na Zona Norte, se tornavam cada vez mais populares (DONADIO BAPTISTA, 2007, p. 141). Um episódio que ajudou a dar prestígio à Copacabana foi a visita do Rei Alberto I da Bélgica ao Rio de Janeiro, em 1920. Durante sua estada, o herói da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) elegeu Copacabana para seus exercícios matinais de natação, realizados diariamente e em meio aos banhistas locais. A simplicidade do monarca garantiu-lhe as boas graças da população carioca e chamou atenção para a região (O MALHO, 2 out. 1920, p. 13).

Figuras 59 – Flagrantes do banho de mar no Flamengo, 1911 a 1919.



(a) Um dos “points” para banhos de mar do Rio de Janeiro era a praia do Flamengo, na esquina com a rua Barão do Flamengo, em frente ao *Hotel Central*. Esse endereço fora ocupado anteriormente pela casa de banho *High-Life*.

Na foto à direita, o flagrante de uma banhista envergonhada. Mesmo com o corpo quase todo coberto, ser fotografada usando roupa de banho não deixava qualquer moça à vontade. Afinal, o recato era muito valorizado nas mulheres.

A faixa de areia do Flamengo não era muito larga, tampouco se estendia ao longo de toda a beira-mar. Mas isso não incomodava os banhistas, pois o importante era mergulhar.

Fontes: (a) *Careta*, 4 nov. 1911, p. 25/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

(a)

(b) No alto da mureta os curiosos. No muro ficam pendurados os roupões. Os calções femininos encurtam e já chegam aos joelhos.

(c) A volta para casa envolta no roupão.

Fontes: (b) *Careta*, 22 nov. 1919, p. 25; (c) *Idem*, 2 jan. 1915, p. 24/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

(b)



(c)





Figuras 60  
A tragédia de Copacabana, 1911.

Ainda sem postos de salvamento, instalados apenas em 1917, as águas atlânticas de Copacabana causavam muitos acidentes envolvendo banhistas, e alguns chegavam a ser fatais.

Fonte: Careta, 1 abr. 1911, p. 9/  
Biblioteca Nacional Digital, 2016.

A construção do *Copacabana Palace* (Figuras 61 e 62) também foi um marco, pois ofereceu ao Rio de Janeiro seu primeiro hotel-balneário, capaz de atender a um turismo sofisticado. Inaugurado em 13 de agosto de 1923, não ficou pronto para receber as personalidades internacionais que viriam para a *Exposição Universal de 1922*. Mesmo assim, representou uma aposta no potencial de Copacabana como novo modelo de espaço urbano para a cidade e o país, onde o bucólico se unia ao moderno e o urbano ao salubre, em um estilo de vida associado à praia e a grupos sociais privilegiados (O'DONNELL, 2013, p. 109 e 111).

Esse grande evento internacional, sediado no Rio de Janeiro, homenageava o centenário da Independência do Brasil, o que motivou a realização de novas obras de remodelação urbanística na cidade e debates sobre os rumos políticos e identitários do país. A intenção era fazer da capital federal uma cidade internacional, que projetasse para o mundo a imagem de uma nação progressista, apesar da fragilidade socioeconômica de grande parte de sua população. Afinal, o Rio de Janeiro já era uma grande metrópole, com mais de um milhão de habitantes, cujos sinais de pleno desenvolvimento estavam nos números crescentes de automóveis, bondes, cinemas, revistas e jornais diários em circulação (O'DONNELL, 2013, p. 109 e 114).

Figura 61 – Anúncio do hotel *Copacabana Palace*, 1923.

Projetado para atender os visitantes da *Exposição de 1922*, em homenagem ao centenário da Independência do Brasil, o hotel só ficou pronto no ano seguinte, inaugurando o turismo balneário de luxo em Copacabana.

Fonte: Careta, 20 out. 1923/ Biblioteca Nacional Digital, 2016.

**TOMAR BANHOS DE MAR?  
SIM  
MAS COMO?**

O “Copacabana” é o lugar ideal para fazer uma estação de praia.

O “Copacabana” proporciona banhos de mar, sol e vida ao ar livre.

O “Copacabana” deu um especial cuidado ao conforto das crianças com salas especiais.

O “Copacabana” está instalado com o máximo luxo, a sua excelente cozinha e serviço impecável proporcionam uma vida deliciosamente agradável.

Musica e dança das 9 às 11 1/2  
Chás dançantes aos Domingos.

**Copacabana Palace  
Hotel**

Para preços dirija-se ao gerente.  
Endereço telegr. Hualalop



Figura 62 – Praia vista do terraço do hotel *Copacabana Palace*, 1935.

Automóveis, banhistas e os primeiros edifícios de apartamentos farão de Copacabana o bairro mais moderno e esportivo do Rio de Janeiro e do Brasil.

Fonte: Álbum do Rio de Janeiro/ Biblioteca Nacional Digital, 2016.

### 3.2 Copacabana: a consagração do corpo moreno e esportivo (1922-1946)

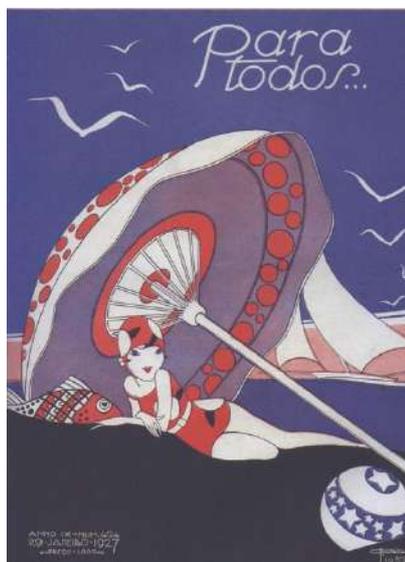
Como a frequência à praia ganhava cada vez mais importância no cotidiano da população do Rio de Janeiro, nada mais natural que o tema merecesse igual atenção na imprensa local, assim como as vestimentas usadas nesse contexto. Alguns nomes da ilustração e do design editorial da primeira metade do século XX souberam explorar com graça e elegância os novos hábitos praianos e suas polêmicas, utilizando-os em capas de revistas, charges e vinhetas. Merece destaque o trabalho desenvolvido por J. Carlos (Figuras 63).

Seguindo essa tendência, a praia e as roupas de banho também foram ocupando espaço na publicidade, principalmente a partir dos anos 1930. Um dos anúncios da série *Coisas da vida...*, do regulador menstrual *A Saúde da Mulher* (que existe até hoje), é um bom exemplo. Assim como a propaganda da companhia de seguros de vida Sul América, a da *Camisaria Progresso*, em que Papai Noel se rende ao calor carioca e troca sua pesada roupa de inverno por um maiô de banho, e a dos produtos de toalete da marca *Chimène* (Figuras 63).

Figuras 63 – Banhistas e banho de mar pelo olhar de J. Carlos, anos 1920.



(a) Charge da revista *Para Todos*, 19 mar. 1927.



(b) Capa da revista *Para Todos*, 29 jan. 1927.



(c) Vinheta da revista *Careta*, 3 jan. 1920, p.35.

Fosse em charges, em instantâneos ou em anúncios de artigos voltados para o banho de mar, as páginas das revistas consumidas pelo *grand monde* carioca se rendiam ao uso da orla e, com ela, às novas formas de experimentação do espaço urbano. O Rio passava a reconhecer em artefatos como o *maillot*, as cabines de praia e os para-sóis elementos de distinção (O'DONNELL, 2013, p. 105).

Fontes: (a) (c) Biblioteca Nacional Digital, 2016; (b) Centro Cultural dos Correios, 2014, p. 77.

Figuras 64 – A praia e o maiô tomam conta da publicidade nos anos 1930.



(a)



(b)



(c)

(a) Camisaria Progresso, jornal *Beira-Mar*, 22 dez. 1934, p. 16.

(b) Produtos Chimène, jornal *Beira-Mar*, 7 nov. 1936, p. 5.

(c) *A Saúde da Mulher*, revista *Careta*, 27 maio 1933, p. 43.

(d) *Sul America Seguros*, jornal *Beira-Mar*, 27 out. 1934, p. 54.



(d)

Um jornal que deu voz a essa empreitada rumo ao mar foi *Beira-Mar* (Figura 65), lançado em 1922 e editado por Théo-Filho, escritor de sucesso da época. Seu conteúdo era voltado para os moradores da CIL, isto é, da região formada pelos bairros de Copacabana, Ipanema e Leme, cujas iniciais formavam essa sigla (posteriormente incorporando também o Leblon). Sob a liderança de Copacabana, os bairros da região oceânica do Rio de Janeiro, a CIL, retratados por *Beira-Mar*, estavam destinados a ser o embrião de um novo modelo de civilização: jovem, moderna, aristocrática, que fazia da praia seu principal espaço de socialização:

Copacabana é o sítio da saúde e, por isso mesmo, o lugar em que mais se nota a atividade vital. [...] O aspecto geral topográfico, o clima, os hábitos, os costumes, as construções, os trajés, os tipos são inteiramente diversos dos demais. [...] Nos bondes, nos auto-ônibus, trazem todos na fisionomia traços de quem vive uma vida sadia, sob um regime de desporto e de boa alimentação. [...] Enquanto nos subúrbios cada semana é marcada pela abertura de mais uma farmácia, aqui muitas se fecham ou se transformam em perfumarias. *João da Praia* (BEIRAMAR, 23 jul. 1923, p. 2).

Esse protagonismo assumido pela praia no Rio de Janeiro foi resultado da incorporação e adaptação, pela CIL, de novos hábitos balneários desenvolvidos originalmente pelas elites internacionais. Eles resultaram de transformações comportamentais que ganharam corpo a partir da Primeira Guerra Mundial (1914-1918), como reflexo das profundas mudanças sociais resultantes desse conflito. Uma delas foi a incorporação da pele bronzeada como um signo distintivo da elite, por influência da estilista Coco Chanel. Em 1915, ela passou a se expor aos raios solares em Deauville, balneário francês de elite na região da Normandia.<sup>21</sup> Até então a pele bronzeada não indicava prestígio — muito pelo contrário —, sinalizava que a pessoa era trabalhadora braçal, como um camponês que vivia da lavoura, sempre exposto às irradiações solares (LEHNERT, 2000, p. 22-23; SAILLARD, 1998, p. 57).

As novidades que Chanel introduzira no guarda-roupa feminino haviam revolucionado o modo das mulheres se vestirem, transformando-a em um



Figura 65 – Primeira página do Jornal *Beira-Mar* de 20 jul. 1924. Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2016.

<sup>21</sup> Em 1913, Chanel abriu uma boutique de roupas esportivas em Deauville. Fonte: Chanel, 2016.

dos nomes mais importantes da alta costura parisiense (LEHNERT, 2000, p. 22-23). Daí ter sido capaz de contribuir para valorizar o bronzeado que, a partir de então, foi associado à prática de esportes, às férias, à vida ao ar livre e à saúde, prazeres inerentes a um estilo de vida privilegiado, e não mais ao trabalho braçal.

A medicina também deu respaldo aos banhos de sol, defendendo-os como uma prática terapêutica importante para a saúde, o que ajudou a difundir-los nos anos subsequentes (SEVCENKO, 1998, p. 561). Tanto que, no verão de 1926, adeptos do bronzeamento já eram vistos em Copacabana (DONADIO BAPTISTA, 2007, p. 144, 149 e 154). Afrânio Peixoto, renomado médico, professor, político e literato, foi um dos que defenderam publicamente a helioterapia, inclusive escrevendo um artigo para o jornal *Beira-Mar*, em que tratava de seus benefícios à saúde:

A exposição ao tempo, quando é possível, ao sol que se deve procurar, é a saúde da pele, de uma imensa importância na saúde do corpo. Retempera-se o sistema nervoso contra os resfriados e contra as exigências internas viscerais. A pele, sensorio externo, adquire força, resistência, prestabilidade. A helioterapia natural suprime a farmácia. Os médicos aplicadores de raios ultravioletas têm a droga como panaceia universal. O sol é uma imensa máquina produtora de tais raios. Após o banho de sol, diz um naturista médico, se adquire sangue, estímulo nervoso, calma, paz, alegria de viver (BEIRA-MAR, 19 jan. 1930, p. 1).

Contudo, o bronzeamento adquiriu um caráter mais estético que terapêutico:

Espie aquele grupo de moças morenas. Conheci-as o ano passado, oxigenadas todas e alvas como lírios. Eram o prazer dos olhos e a agonia dos corações. A moda, contudo, escravizou-as exigindo-lhes o tom de iodo. E é um prazer vê-las, pela manhã, a queimar-se impiedosamente expondo-se aos raios do sol. [...] Se a parisiense decretou tal moda, a brasileira, com muito mais facilidade, acabou-se-a [...]. (BEIRA-MAR, 7 mar. 1926, p. 2 apud DONADIO BAPTISTA, 2007, p. 149-150).

A adoção do bronzeamento estimulou atividades fora da água na praia, como a prática de esportes e o bate-papo com os amigos, prolongando o tempo de permanência na praia. Para essas atividades o litoral oceânico da Zona Sul levava vantagem, pois sua faixa de areia era bem mais larga que a do Flamengo, a de Santa Luzia ou a da Urca. Sem falar de quase todas as da Zona Norte, localizadas no entorno da Baía de Guanabara. A mudança nos hábitos praianos com a adoção do banho de sol foi tema da seção *Jazz-Diner*, da revista *Careta*, em texto assinado por Léo-Fábio:

Quantas criaturas chiques e bonitas!  
Vem ao banho de mar... Pois acreditas?  
— Vem ao banho de sol...  
Banhos de mar, em Março. Em Junho, em Julho,

Banhos de sol... banhos de qualquer coisa.  
 A elegância, no Rio, é esse barulho,  
 Essa irrequietação que não repousa,  
 Que não respeita, nem o mar com o seu marulho...  
 (CARETA, 29 maio 1926, p. 19)

Apesar do entusiasmo em prol do banho de sol, a atividade não se enquadrava nos horários pré-estabelecidos legalmente para uso da praia. De acordo com o artigo primeiro do decreto nº 1.143 de 1917, citado anteriormente, o banho de mar só era permitido, entre 1º de abril e 30 de novembro, das 6 às 9 e das 16 às 18 horas, e de 1º de dezembro a 31 de março, das 5 às 8 e das 17 às 19 horas (A RAZÃO, 2 maio 1917, p. 2). Este código fora formulado sem considerar que a exposição da pele ao sol viraria uma moda, mas respeitando as regras do banho de mar terapêutico tradicional. O horário também correspondia ao período de permanência dos guarda-vidas nos postos de salvamento, de modo que aqueles que se banhassem fora dele sujeitavam-se aos perigos eventuais de uma forte corrente marítima (DONADIO BAPTISTA, 2007, p. 149 e 152).

Outra consequência da difusão dos banhos de mar e de sol foi a transformação das praias oceânicas da Zona Sul no principal destino de veraneio da jovem elite carioca, desbancando a cidade imperial de Petrópolis, que reinava absoluta neste quesito desde meados do século XIX:

A linda cidade de D. Pedro perdeu o seu reinado de verão. Este foi arrebatado pelos novos bairros da cidade. Hoje em dia subir para Petrópolis representa um regresso, uma demonstração de mal gosto, uma deplorável falta de *chic*. Realmente, por quê Petrópolis? Se Copacabana, para combater a violência da mormaceira de verão, possui hotéis magníficos, um cassino em que se reúne uma sociedade elegantíssima para arruinar-se ao jogo, noites magníficas de frescura e suavidade, e esses incomparáveis banhos de mar, [...]. Petrópolis morreu. Toda uma sociedade nova e brilhante onde as senhoras jovens dominam pela graça e pela beleza — e só há sociedade onde existem senhoras jovens e formosas — surge, aparece, consolida-se na nova cidade à beira-mar, dando uma imprevista modalidade à sociedade do futuro (O MALHO, 3 mar. 1928, p. 33-34).

A valorização do estilo de vida balneário também esteve em consonância com as diretrizes políticas adotadas no Brasil a partir de 1930, ano em que Getúlio Vargas (1930-1945) chegou ao poder. Durante seu governo houve um investimento oficial intenso e sistemático na construção de uma nova identidade nacional e na constituição de uma população vigorosa. A referência era a Europa Ocidental e o pensamento totalitário nazi-facista, em plena ascensão na Alemanha e na Itália. Tomando por base

essa ideologia, valorizava-se a mulher de pele clara, capaz de contribuir, com sua prole, para o embranquecimento da população nacional. População esta que tinha o mestiço como tipo representativo de sua diversidade étnica e cultural (GOELLNER, 2008).

Os investimentos em educação e propaganda empreendidos por Getúlio tinham entre seus objetivos estimular a formação de uma nova geração de brasileiros: patriótica, forte, saudável, higiênica e esportiva. E nesse contexto os banhos de mar, a exposição ao sol e a prática de atividades físicas, como a natação, eram um meio para se alcançar esse objetivo. Entretanto, não era qualquer pele queimada que simbolizava a adesão a esse estilo de vida identificado com as classes sociais privilegiadas, mas a pele clara amorenada pelo sol, associada às férias, ao esporte e ao lazer. Afinal, para o Brasil e sua elite minoritariamente branca, os tons de pele da população negra e mestiça continuavam trazendo o estigma da escravidão e, conseqüentemente, aos estratos sociais menos favorecidos. Inclusive, uma expressão de uso corriqueiro: “morena jambo”, refletia muito bem essa mentalidade. Cunhada para descrever um tipo de beleza feminina tipicamente brasileira, trazia, por trás do elogio à mulher de tez morena, avermelhada, a indicação da cor que, de fato, sua pele deveria ter para ser realmente bela. No caso, igual à fruta em questão: vermelha por fora mas com a polpa totalmente branca.

O texto a seguir, assinado por Fernando Azevedo e publicado na revista *Educação Physica* traduz esse pensamento. No caso, defendendo o ensino de educação física à estudantes do sexo feminino como instrumento para o aperfeiçoamento das futuras gerações de brasileiros. Como modelo e audiência a mulher “branca, de classe média ou da elite”:

Aplicada convenientemente em gerações sucessivas, teremos logo, com a regeneração social pela educação física, um povo que se encaminha mais depressa para o nosso verdadeiro tipo étnico, representante característico e genuíno de uma raça que possa ir florescendo através da idade, em lindas flores — rubra nos glóbulos sanguíneos de seiva e morena na tez queimada da pele, graças ao vigor físico e a este belo sol tropical, que atapeta de verde as encostas das montanhas e pontua de flores os campos de nossa exuberante natureza (AZEVEDO, 1939, p. 8 apud GOELLNER, 2008, p. 19).

O cinema norte-americano desempenhou um papel importante na difusão de novas modas e comportamentos após a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), incluindo aqueles ligados à praia, amplamente assimilados no Rio de Janeiro e, particularmente, na CIL. Sua força como veículo de comunicação resultou, em parte,

da interrupção quase que total da produção cinematográfica europeia durante o conflito. Mas também em um modelo de negócios baseado na produção, distribuição e promoção de massa, que começara a ganhar forma ainda alguns anos antes do início da Guerra. Os estúdios de Hollywood se estruturaram para fazer uma grande quantidade de filmes por ano, a custos reduzidos, o que os levou a dominar o mercado de cinema internacional. Assim, a produção cinematográfica de países como o Brasil se viu incapaz de competir com os preços praticados pelos distribuidores norte-americanos, que dominaram o mercado internacional (SKLAR, 2002, p. 76).

Para Sevckenko (1998, p. 602), “nunca um único sistema cultural teve tanto impacto e exerceu efeito tão profundo na mudança do comportamento e dos padrões de gosto e consumo de populações por todo o mundo, como o cinema de Hollywood no seu apogeu.” E esse apogeu se deu entre os anos 1930 e 1940, período que ficou conhecido como a Época de Ouro do cinema norte-americano. O fascínio exercido por seus astros e estrelas era tanto, que se projetava no que usavam, comiam, falavam, em seu comportamento e nos ambientes onde circulavam, dentro e fora das telas, educando o gosto e despertando o desejo de consumo dos espectadores. Para os Estados Unidos, Hollywood serviu como instrumento de difusão da cultura norte-americana, isto é, do *American Way of Life*, ajudando a posicionar a nação como novo centro de influência política, econômica e cultural global. Em 1928, o médico, jornalista e escritor Peregrino Júnior, escrevendo para a revista *Careta*, já manifestava sua percepção acerca do domínio exercido pela cultura “yankee” sobre os hábitos balneários, por intermédio do cinema. Assim como o papel central que a mulher passaria a ocupar nesse novo contexto praiano:

Foi de há dez anos para cá. Com a generalização universal e cinematográfica dos hábitos “yankees”, que o banho de mar passou a ser um esporte saudável e elegante. As praias desde então se transformaram numa clara e harmoniosa lição de alegria e de saúde. Hoje, além de tudo, temos ainda o banho de sol, que é, nas praias elegantes da Europa e da América, tão CHIC e apreciado como o banho de mar. E agora, na carícia exaltada das ondas, sob o beijo quente do sol, a mulher moderna é a apoteose viva da limpeza, da saúde e da alegria, que são as três expressões mais belas e fortes da civilização contemporânea (CARETA, 21 jul. 1928, p. 27).

Devido a uma maior aceitação social do maiô, diminuiu a tensão entre banhistas e autoridades policiais, tanto que os últimos anos da década de 1920 foram marcados por uma maior tolerância quanto à roupa de praia, como bem retrata, a seguir, o chargista Storni para a revista *Careta* (1930, p. 15) (Figura 66).

Figura 66 – Charge de Storni sobre a diminuição das roupas de banho, 1930.



Fonte: Careta, 8 fev. 1930, p. 15/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

O naturismo foi tema que, volta e meia, encontrou espaço na imprensa carioca, especialmente a partir dos anos 1930. Ele preconizava o retorno à natureza como melhor maneira de viver; teve origem na Europa e foi muito difundido na Alemanha. O naturismo podia incluir entre suas práticas as atividades ao ar livre, o consumo de alimentos naturais e, até mesmo, o nudismo. Esta prática ficava evidenciada na leitura de algumas revistas que chegavam a antecipar os trajes de banho futuros: “no dia em que as três primeiras mulheres em qualquer Posto aparecerem nuas na praia, nenhuma mais usa maiô” (CARETA, 5 abr. 1930, p. 16). Em 1940, o jornal *Beira-Mar* ao tratar da prática de nudismo nas praias da CIL deixava claro que esta já se tornava comum:

Não é de hoje que os rapazes copacabanenses e mesmo algumas moças, gostam de se banhar sem calção e sem “maillot”, nas águas plácidas do Arpoador... É muito comum mesmo, aos que transitam por volta das dezoito às dezenove horas, pelas proximidades do encantador recanto, notar vários “nudistas” que se entregam ao prazer satânico de mergulhar, nadar, etc., completamente despidos. Mesmo em Copacabana, mais ou menos ao meio-dia, quando a praia vai ficando deserta, vários rapazes despem seus calções e atiram-no ao ar, para mostrar aos que passam na praia ou nos ônibus, que não se precisa ir a uma colônia nudista da Europa para apreciar o original “sport”... (BEIRA-MAR, 23 mar. 1940, p. 4).

Em reação à maior liberdade nas praias, uma onda de moralidade ganhou força durante o primeiro ano do governo ditatorial de Vargas. No verão de 1931, Baptista Luzardo, homem de confiança do presidente e novo chefe de polícia da capital federal, impôs maior controle e repressão aos hábitos balneários considerados impróprios.

Mesmo representando a voz das praias da CIL, o jornal *Beira-Mar* também deu espaço aos partidários de Luzardo, afinal o momento político exigia que conflitos com o governo fossem evitados:

[...] não se compreende que na capital de um país civilizado andem pelas ruas de maior trânsito, como por exemplo a do Ouvidor, indivíduos quase nus. A Avenida Beira-Mar, em toda a sua extensão, pela manhã, nesse particular, bate o “record” — senhoras e homens são encontrados aí com trajes pouco decentes em todo o seu percurso (BEIRA-MAR, 11 jan. 1931, p. 4).

Segundo *Beira-Mar*, as regras de comportamento nas praias tratavam de:

- 1) Não permitir o trânsito de banhistas nas ruas que dão acesso às praias de banho sem uso de roupão, que deverá ser fechado, só podendo ser tirado nas mesmas praias.
- 2) Não permitir que os banhistas dispam ou desabotoem nas praias as camisas de banho, nem usem calções demasiadamente curtos.
- 3) Não permitir o uso de roupas de banho de tecido demasiadamente leve ou transparente.
- 4) Proibir terminantemente o jogo de futebol nas praias, assim como qualquer exercício ginástico que possa incomodar os banhistas.
- 5) Impedir a aproximação das embarcações dos clubes de regatas ou de particulares no perímetro destinado ao banho de mar.
- 6) Exercer severa fiscalização quanto à prática de todos os atos que possam ofender o decoro público. (BEIRA-MAR, 11 jan. 1932, p. 4)

A rigidez de tais medidas causou um descontentamento entre a população frequentadora das praias, inclusive pelo caráter truculento de determinadas abordagens. Afinal, a quem competia a decidir quão adequado era o comprimento de um maiô de banho? A própria regra não era clara nesse sentido. Na dúvida, era mais seguro voltar aos antigos trajes de banho dos primeiros anos do século XX, como sugeriu Storni na revista *Careta* (1931, p. 18) (Figura 67). Lembrando que apenas um ano separam esta charge daquela reproduzida na página anterior.

Figura 67 – Charge de Storni sobre o controle policial sobre roupas de banho de mar, 1931.



Fonte: Careta, 7 fev. 1931, p. 18/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

A campanha moralizante durou até o verão seguinte, mas sem a mesma força, e foi incapaz de vencer os costumes praianos enraizados. Mudou-se o chefe de polícia, algumas normas foram negociadas e a polícia voltou sua atenção para outras prioridades. Afinal, ano a ano, crescia o movimento nas praias da Zona Sul, que atraíam cada vez mais banhistas e visitantes, inclusive de outras regiões da cidade. Mesmo sem oferecer infraestrutura balneária adequada para a troca de roupas. Até porque, a livre circulação em trajes de banho nas ruas já não causava mais polêmicas e nem problemas com a polícia. Por outro lado, surgiram outras demandas, como a melhoria das condições de higiene das praias, segurança dentro d'água e opções de transporte mais adequadas aos banhistas que vinham de outros bairros (DONADIO BAPTISTA, 2007, p. 181 e 201).

Os anos 1930 também marcaram à transformação de Copacabana em um balneário turístico internacional, graças aos estímulos advindos de uma política de turismo oficial. Para isso, foram realizadas reformas na infraestrutura da região e os jogos de azar foram liberados, permitindo a abertura de cassinos (DONADIO BAPTISTA, 2007, p. 208-209). Ao mesmo tempo, iniciou-se um processo de verticalização em Copacabana, como resposta à demanda crescente por moradias no

bairro, que atraía principalmente famílias de classe média em ascensão, identificadas com sua atmosfera de modernidade, distinção e juventude. Em poucos anos, os pitorescos e elegantes bangalôs da orla deram lugar a um novo tipo de construção: o edifício de apartamentos, que modificou por completo sua paisagem. Para se ter uma ideia desse fenômeno, entre os anos 1920 e 1940, a população de Copacabana cresceu 1.500%, um aumento extraordinário diante do índice carioca que, no mesmo período, ficara em 240% (VELHO, 1988, p. 96 apud ENDERS, 2004, p. 260-261). E continuaria crescendo.

Em 1939, o prefeito Henrique Dodsworth (1937-1945) deu início a uma série de obras no bairro, como a reforma do sistema de iluminação de suas grandes vias, o alargamento das avenidas Atlântica e Nossa Senhora de Copacabana, a finalização da abertura do Corte do Cantagalo (ligação entre Copacabana e a Lagoa Rodrigo de Freitas), além do início da duplicação do túnel do Leme. Medidas que melhoraram o acesso à região, já bastante congestionado. Outras não foram tão populares, como a implantação de linhas de ônibus ligando Copacabana à Zona Norte e aos subúrbios, nos anos 1940 (O'DONNELL, 2013, p. 224 e 226).

Seduzidos pelos tão propagados prazeres da vida à beira-mar, grupos cada vez maiores de banhistas, tanto residentes quanto visitantes, buscavam um lugar ao sol, principalmente aos domingos. De acordo com a *Revista da Semana* de 1947, “Copacabana, no verão, aos domingos, é um formigueiro humano...” (REVISTA DA SEMANA, 4 jan. 1947, p. 32). A atenção dada pela imprensa ao estilo de vida moderno e balneário de Copacabana foram fundamentais para a difusão dos hábitos praianos entre a população carioca em geral, assim como a ampliação do acesso ao bairro por meio do transporte público.

Vale lembrar que, poucos anos antes dessa reportagem, no dia 1º de maio de 1943, o presidente Getúlio Vargas havia aprovado a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), código que, entre outras medidas, instituiu o salário mínimo e períodos pré-definidos para o descanso. A partir de então, a jornada diária máxima para todos os trabalhadores urbanos foi fixada em oito horas. Também foi instituído um período de descanso semanal obrigatório, de 24 horas, preferencialmente aos domingos, e o direito a 30 dias de férias remuneradas por cada ano trabalhado. Graças à CLT, muitas pessoas puderam usufruir de tempo para o lazer que, no Rio de Janeiro, foi empregado por muitos na praia.

A crescente presença e circulação de uma nova população composta por

turistas, visitantes de outras regiões da cidade e moradores recém-chegados de outras localidades brasileiras em Copacabana impulsionou o comércio local que, na década de 1940, começou a rivalizar com o do Centro. Estabelecimentos tradicionais, como as famosas *Confeitaria Colombo* e *Sorveteria Alvear* abriram filiais em no bairro. Do ramo da moda, veio a loja mais sofisticada e cara do Rio de Janeiro, a *Casa Canadá*, além da elegante *A Imperial*. No balneário da Zona Sul adotaram o formato boutique, menor e mais informal, atendendo à demanda das consumidoras locais por uma moda mais esportiva, condizente com o estilo de vida do bairro (LOPES, 2014, p. 9).

Ao mesmo tempo, toda a atenção dispensada à Copacabana pela imprensa, a especulação imobiliária e o crescimento populacional desenfreado, sem planejamento, trouxeram consequências negativas para o bairro, com o incremento da criminalidade, da prostituição e da presença de menores infratores nas ruas (DONADIO BAPTISTA, 2007, p. 181).

Ao final desse período, as mudanças comportamentais relacionadas ao universo balneário, como o bronzearmento, a prática de esportes, o uso de roupas de banho mais decotadas e aderentes e o prolongamento do tempo de permanência na praia, estavam consolidadas. O arrojo exibido pelas banhistas da CIL, projetado para além das fronteiras da Zona Sul, transformou-as em um modelo de mulher brasileira. Da mesma forma que Copacabana tornara-se o bairro síntese de um ideal nacional de modernidade, capaz de harmonizar dois estilos de vida: o urbano e o praiano, e projetar uma imagem cosmopolita mas, ao mesmo tempo, aristocrática.

## 4. A ADOÇÃO DO MAIÔ

### 4.1 Moda, desnudamento e aderência

Com a difusão dos banhos de sol, da natação e do tempo de permanência na praia, os tradicionais costumes de banho foram substituídos pelo *maillot*<sup>22</sup>. Mas não foi uma transição imediata. Nos últimos anos da década de 1910, os costumes de banho já eram um pouco mais resumidos do que na virada do século XIX para o XX. A bainha estava na altura dos joelhos, as mangas curtas e os decotes um mais acentuados, semelhante ao de um vestido folgado. Preso ao corpinho havia uma saia e, por baixo, um calção, ambos na altura dos joelhos, variando um pouco, para mais ou para menos, de acordo com a idade. Nas mulheres mais jovens tendia a ser mais curto e decotado (Figura 68). E podia ser folgado, quando de tecido, ou ajustado à coxa, quando de malha de lã, pois a saia disfarçava sua aderência. Em sua confecção utilizava-se opções de tecidos variados, como as tradicionais baeta e flanela ou opções mais sofisticadas, como o tafetá e a gabardine. Para a natação, a malha de lã era a melhor alternativa, pois oferecia maior alongamento, tanto que já era usada pelos homens por influência dos uniformes de remo. No entanto, o decoro, que deveria caracterizar o comportamento feminino da época, impedia que mulheres usassem esse tipo de peça ajustada. Para elas, os tecidos deveriam ser encorpados, para evitar transparências e aderências exageradas, principalmente quando molhados. Modelos que fugiam a esse padrão eram assunto de revistas satíricas, como *O Rio Nu*, que costumava explorar o tema em suas charges (Figura 69).

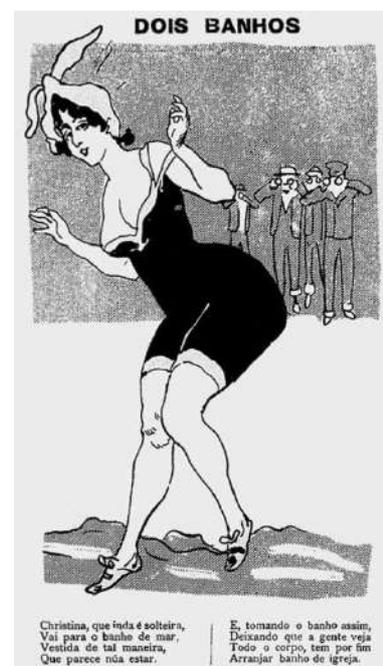


Figura 68 – Charge sobre roupa de banho colante, 1903.

O decoro estava entre as virtudes femininas apreciadas pelos homens em busca de uma boa esposa. Todavia a quadrinha sugere que, na praia, o caminho mais rápido para o altar era o uso do maiô “adequado”.

Fonte: *O Rio Nu*, 12 nov. 1903, p. 5/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

<sup>22</sup> Em francês o termo *maillot* significa malha e *maillot de bain* se refere ao maiô de banho, que seria uma malha de banho. Em português sua grafia foi adaptada para maiô, que será adotada nesta dissertação, excetuando-se nas citações diretas onde aparece escrita como na língua francesa.



(a)

Figuras 69 – Figurinos e fotos de roupas para banhos de mar, 1917-1918.

Os benefícios da vilegiatura marítima à saúde estavam consagrados e os banhos deveriam ser curtos e tomados entre 6 e 7 horas da manhã.

As mudanças sociais resultantes da 1ª Guerra, que afetaram o estilo de vida feminino, já se faziam notar nas roupa de banho, com opções mais curtas que nos primeiros anos do século XX. Mas, na prática, muitas mulheres ainda optavam por peças semelhantes aos modelos mais antigos. O material continuava o mesmo: a flanela ou a sarja, de cores, em cores como o preto, o cinza, o azul marinho, o verde, o vermelho e o branco. Mesmo sem aparecer, o uso do calção por baixo era essencial.

Se o comprimento da saia antecipava as bainhas curtas que se tornaram marca registrada da moda dos anos 1920, a sugestão era recobri-las com meias que, na prática, se tornavam opcionais.

Fontes: Revista da Semana, 17 nov. 1917, p. 46; (b) Careta, 19 dez. 1917, p. 12/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

(b)



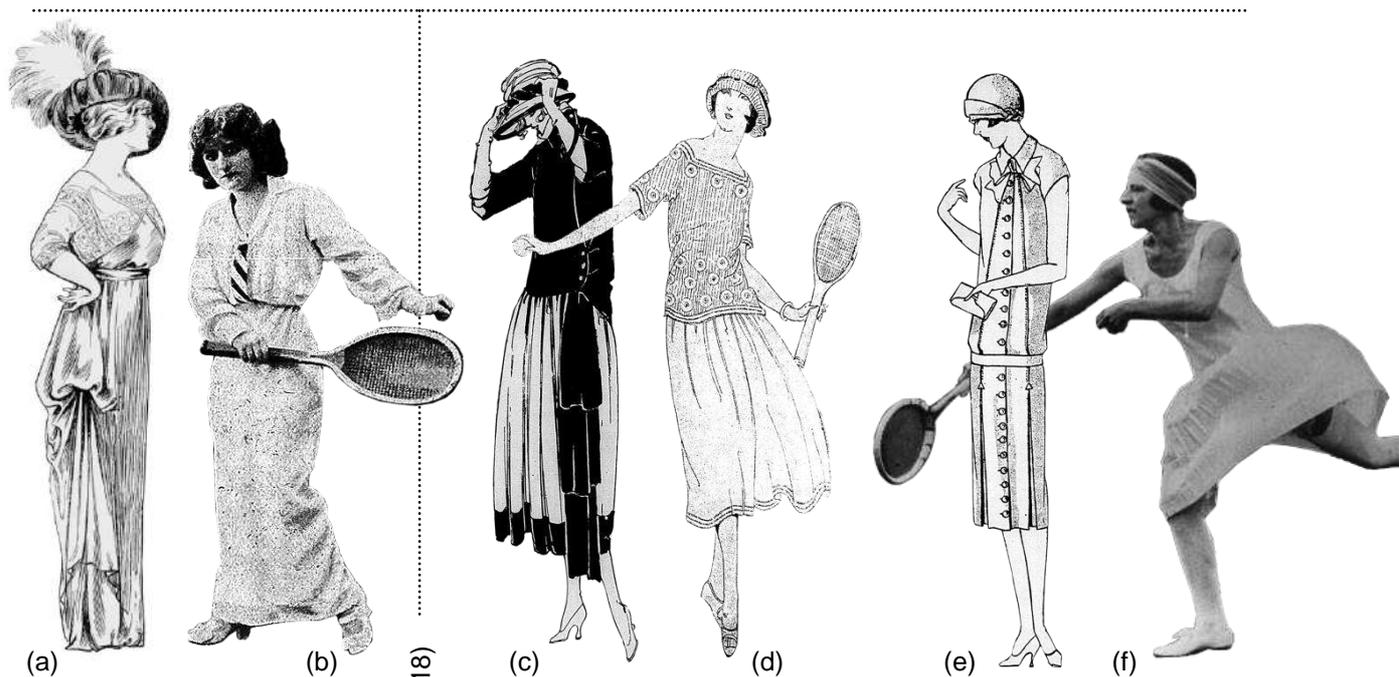
(c)



Figura 70 – Roupas para o dia-a-dia e esporte, antes e depois da 1ª Guerra (1914-1918).

Antes da Primeira Guerra Mundial (1914-1918), as roupas de uso cotidiano e de esporte tinham silhuetas semelhantes — os volumes e a posição da cintura ilustram isso bem — no entanto, o rebuscamento de uma contrastava com a aparência “racional” da outra. O traje esportivo chegava a imitar características do vestuário masculino, mas sem proporcionar, de modo equivalente, maior liberdade de movimentos. Após a guerra, a moda iria aproximar, cada vez mais, esses dois tipos de indumentária. Suas silhuetas tornaram-se ainda mais parecidas e a roupa do dia-a-dia se apropriou da praticidade da malha jersey, até então, utilizada apenas em peças esportivas e roupas íntimas.

Optou-se pelas roupas de tênis como exemplo pois tornam mais fácil a observação dos aspectos citados. A comparação foi feita com roupas de uso cotidiano, que já são menos elaboradas que as de noite, usadas em situações que permitem maiores ousadias nos decotes, comprimentos e decoração.



### 1912 / 1914

**COTIDIANO:** roupas mais adornadas, com bordados, renda e volumes de efeito decorativo; bainha nos pés e cintura marcada, na posição anatômica.

**ESPORTE:** silhueta e bainha acompanham a moda; tecidos mais encorpados; saia de formato mais estreito; gola e gravata fazem alusão a roupas masculinas.

Fonte: (a) Revista da Semana, 7 jul. 1912, p. 21; (b) Idem, 14 fev. 1914, p. 34/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

1ª Guerra Mundial (1914-1918)

### 1921

**COTIDIANO:** cintura desce até os quadris; estrutura menos modelada ao corpo; bainha sobe até o meio das pernas; peças mais simples, com menos adornos.

**ESPORTE:** mangas sobem acima dos cotovelos; decote aumenta; saia mais ampla, permite melhor movimentação; bainha e cintura acompanham a moda; tecidos mais fluidos.

Fonte: (c) Revista da Semana, 14 maio 1921, p. 33; (d) Idem, 23 jul. 1921, p. 29/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

### 1926

**COTIDIANO:** cintura continua baixa e estrutura ainda menos modelada ao corpo; mangas mais curtas; silhueta reta e alongada; bainha sobe mais e próxima dos joelhos.

**ESPORTE:** decote amplo; opção sem mangas; linhas simples; tecidos leves; saia ampla e curta acompanha a moda, podendo deixar as coxas à mostra.

Fontes: (e) Revista da Semana, 2 jan. 1926, p. 32 /Biblioteca Nacional, 2016; (f) Creative Commons, 2016.

O maiô consistia em uma peça única e aderente, semelhante a uma camiseta regata comprida cobrindo os quadris, sob a qual havia uma bermuda que poderia chegar até os joelhos. Reclamações na imprensa contra usuários de maiô que desafiavam a moral familiar circulando com tais modelos (alguns até mais curtos) fora das praias de banho, não eram incomuns e, em geral, diziam respeito ao sexo masculino. Enquanto isso, sua adoção pelas mulheres desafiava um tabu: a exibição de pernas nuas em público. A quebra desse paradigma só aconteceria com as transformações comportamentais que tomaram corpo na Europa e nos Estados Unidos em consequência da Primeira Guerra Mundial (1914-1918).

Entre tantas mudanças oriundas desse conflito, destacou-se o crescimento da participação de mulheres no mercado de trabalho e seu envolvimento com funções fora do ambiente doméstico, em escritórios, escolas e hospitais. Essa conjuntura levou a alterações no vestuário feminino, tornando-o mais adequando à realização dessas tarefas, muitas delas restritas até então aos homens. O ritmo de vida urbano, mais acelerado, exigindo maiores deslocamentos, estimulava o uso do bonde e a prática do *footing* pelas avenidas das grandes metrópoles mundiais. Trazia também modernas opções de entretenimento e consumo, como cinemas, clubes e lojas de departamentos nos moldes dos grandes magazines internacionais. Mesmo entre as mulheres da elite surgiu a necessidade de um guarda-roupa mais simples e prático, pois desfrutavam de uma realidade bem mais dinâmica que a das gerações anteriores, ao praticar esportes, andar de bicicleta ou dirigir carros. Anseios que foram captados por novos nomes da alta-costura, como Coco Chanel, Jean Patou, Lanvin, entre outros.

Uma característica que marcou a moda após o fim da Primeira Guerra foi sua aproximação com a roupa esportiva, o que influenciou a escolha de materiais, formas e critérios de funcionalidade e conforto (Figuras 70). Conjuntos e peças intercambiáveis, de linhas simples e sem grandes rebuscamentos decorativos, também ganharam importância e espaço entre as criações da alta-costura. O mesmo aconteceu com tecidos e fibras que antes só eram usados em trajes esportivos, roupas de trabalho ou lingerie. Foi o caso da *malha jersey*, que se tornou marca registrada da moda dos anos 1920 pelas mãos de Coco Chanel, que a empregou de modo inovador na confecção de peças de alta costura, como *tailleurs* e *chemises*.

As linhas desse estilo também facilitaram a produção de peças em série, o que contribuiu para tornar a moda da elite acessível a um maior número de mulheres fora desse círculo privilegiado. Inclusive, ficou mais difícil identificar à primeira vista

quando uma mulher trajava no dia-a-dia roupas de fabricação industrial ou de confecção mais elaborada. Agora as diferenças eram mais sutis, exigindo um conhecimento bem mais apurado sobre materiais, cores, acabamentos e combinações, assim como o domínio de seus códigos simbólicos para ser capaz de distinguir e distinguir o outro pelo vestuário (LEHNERT, 2000, p. 21-24).

Os novos rumos tomados pela moda levaram ao desnudamento intensivo do corpo feminino: entre 1927 e 1928, a bainha das saias quase chegou aos joelhos — algo inédito. Os braços também foram descobertos e os decotes se acentuaram nas roupas cotidianas, embora o foco estivesse principalmente as pernas. Todas essas mudanças ofereceram às mulheres maior liberdade de movimentos e funcionalidade no vestir, mesmo que as roupas de baixo ainda fossem restritivas.



No Estados Unidos, no final dos anos 1910, a Califórnia foi a região pioneira na difusão do uso do maiô. Provavelmente por influência de Hollywood e suas estrelas de cinema, que o exploravam como figurino. Por volta de 1918-1919, a empresa norte-americana *Jantzen Knitting Mills*, do estado de Oregon, vizinho à Califórnia, lançou a versão feminina de uma roupa de banho que havia desenvolvido alguns anos atrás para um time de remo local (Figura 71). A peça de malha de lã elástica vinha fazendo sucesso desde 1915, quando começou a ser comercializada em seus catálogos. É interessante mencionar que, nessa época, a indústria norte-americana da lã vivia um período de pleno desenvolvimento, que durou vinte anos <sup>23</sup> (KENNEDY, 2007, p. 28 e 42).

Figura 71 – Maiô da marca norte-americana *Jantzen*, c. 1918.

Primeira versão feminina do maiô de malha de lã da empresa norte-americana, inspirado nos maiôs dos atletas de remo.

Fonte: Kennedy, 2007, p. 28.

<sup>23</sup> Nos Estados Unidos, o ramo de malharia era considerado o mais importante de sua indústria têxtil nessa época, produzindo não só maiôs de banho mas, principalmente, lingerie, meias e roupas íntimas masculinas. Seu poder era tão grande que chegava a ditar o preço da lã em todo o mundo, por ser a fibra que mais utilizava (KENNEDY, 2007, p. 28 e 42).

Figura 72 – Modelos de maiô do estilista francês Jean Patou, anos 1920.

Patou, um dos principais nomes da moda francesa pós-1ª Guerra Mundial (1914-1918), contribuiu para sua modernização, destacando-se na criação de roupas casuais e para a prática esportiva.



(a) Modelos de 1927, revista *Art Goût Beauté*.



(b) Modelo de 1929.

Fontes: (a) Lehnert, 2000, p. 28; (b) Kennedy, 2010, p. 51.

Figuras 73 – Figurinos de Chanel para o ballet *Le Train Bleu*, do *Ballets Russes*, 1924.



(a)



(b)

O espetáculo da companhia de Serge Diaguilev, traduzia a atmosfera mundana dos balneários de luxo da Côte d'Azur. Seu nome era uma alusão ao trem de luxo que circulava entre Calais e o litoral mediterrâneo. Sua coreografia unia ballet clássico a acrobacias e seus personagens principais foram inspirados em personalidades da época, como a tenista Suzanne Lenglen e o Príncipe de Gales.

O maiô rosa de tricô de lã (b) foi da personagem La Perouse, uma *bathing beauty* interpretada pela bailarina Lydia Sokolova, que apareceu na foto (a), ao lado de Anton Dolin. A repercussão positiva do espetáculo foi tal que inspirou Chanel a desenvolver uma linha de maiôs.

Fonte: The NY Times, 1990;  
(a) (b) Victoria & Albert Museum, 2016.

Na Europa, o maiô feminino de malha de lã se difundiu em meados da década de 1920, colaborando para isso nomes importantes da alta-costura e das artes. Destacaram-se os designers Jean Patou e Coco Chanel, que além de casas em Paris, possuíam butiques em balneários elegantes, como Deauville e Biarritz, para onde desenvolveram linhas esportivas com opções de maiôs (Figuras 72). A primeira coleção de roupas de banho de Chanel foi desenvolvida após o sucesso do balé *Le Train Bleu*, da companhia *Ballet Russes* de Sergei Diaghilev.<sup>24</sup> Sua estreia foi em Londres, em 1924, e, no ano seguinte, em Paris. A estilista foi responsável pelo figurino vanguardista do espetáculo, ambientado no universo mundano dos balneários de luxo da Coted'Azur, pondo em cena trajés esportivos, como maiôs de banho de malha bouclê (Figuras 73). A repercussão positiva foi tal que lançou versões comerciais dessas peças, que se tornam um sucesso de vendas (KENNEDY, 2007, p. 45 e 48; THE NEW YORK TIMES, 4 mar. 1990).

#### 4.2 A conquista o Rio de Janeiro

No Rio de Janeiro, o maiô seria realmente aceito na praia apenas por volta de 1927. Mas, antes disso, já aparecia nos anúncios da *Casa Sportsman* na revista *Careta* (Figuras 74). Essa propaganda apareceu pela primeira vez na edição de 28 de outubro de 1922, mostrando a foto de uma jovem em pose sensual, deitada sobre a areia ao lado de uma sombrinha. Até a edição de 16 de setembro desse mesmo ano, o reclame dessa loja exibia uma moça usando um costume de banho tradicional, como sempre fez desde 2 de fevereiro de 1918. Nota-se, portanto, uma grande mudança.

Figuras 74 – Anúncio da *Casa Sportsman*, 1922.



(a) CARETA, 16 set. 1922, p. 43.



(b) CARETA, 28 out. 1922, p. 28.

Fonte: Careta/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

<sup>24</sup> Também colaboraram no ballet Pablo Picasso, que pintou o pano de boca, e Jean Cocteau, que assinou o libreto, entre outros artistas importantes (KENNEDY, 2007, p. 45 e 48; THE NY TIMES, 4 mar. 1990).

Coincidência ou não, esse fato aconteceu em 1922, ano da *Exposição Universal*, sediada no Rio de Janeiro, e da *Semana de Arte Moderna*, em São Paulo. Em pauta a discussão sobre que papel o Brasil desejava desempenhar entre as nações mundiais. Nesse mesmo ano, algumas edições antes do anúncio da *Casa Sportsman*, o magazine *Casa Colombo*, especializado em vestuário para senhoras, homens e crianças, já havia suprimido boa parte do tecido da roupa de banho de sua propaganda. Em uma ilustração, uma jovem flerta com um rapaz, que a ajuda a despir (ou vestir) o roupão (CARETA, 7 out. 1922, p. 2). Embora não fosse um maiô, seu traje de banho era curto e decotado, uma ousadia que não se repetiu nas propagandas subsequentes desse estabelecimento (Figura 75).

O maiô tinha uma modelagem ajustada se comparada a das roupas de banho tradicionais, delineando melhor as formas do corpo, e a elasticidade da malha de lã era mais funcional para a natação. Também liberava uma área maior do corpo para bronzeamento, deixando à mostra braços, colo e pernas. Para se ter uma ideia de como essa mudança foi radical, basta lembrar que foi também em 1922 a primeira vez que coristas do teatro de revista (mulheres consideradas ousadas e desinibidas para a época) se apresentaram no Rio de Janeiro sem meias sobre as pernas <sup>25</sup> (VENEZIANO, 2010, p. 30).

Nesse contexto, entende-se porque, em 1920, o colunista de seção *Binóculo* da *Gazeta de Notícias* (18 fev. 1920, p. 6), registrava como inconveniente a atitude de dos homens que tinham por hábito lançar olhares indiscretos e fazer pilhérias a um



Figura 75 – Anúncio da *Casa Colombo*, 1922.

Em 1922, a publicidade nacional trouxe atitudes mais ousadas e roupas de banho menores. Talvez quisesse se alinhar a comportamentos mais cosmopolitas, inspirados pela presença da *Exposição Universal* no Rio de Janeiro.

Fonte: Careta, 7 out. 1922, p. 2/  
Biblioteca Nacional Digital, 2016.

<sup>25</sup> As vedetes eram mulheres extremamente ousadas e desinibidas para a época. O desnudamento total das pernas no palco foi obra da companhia francesa *Ba-ta-clan*, que também introduziu um padrão de qualidade cênica inédito no Brasil, ao apresentar figurinos luxuosos e bem cuidados. Até então, eram as próprias atrizes e dançarinas que mandavam fazer seus figurinos em costureiras e, para encobrir as pernas, se apresentavam com meias grossas de malha cor da pele (VENEZIANO, 2010, p. 30).

grupo de jovens que tomava banhos no Flamengo, à tarde, em trajes de banho mais curtos. Segundo o autor da coluna, a “antiga *toilette* feminina de banho, em fazenda azul marinho, [...] com calças até aos artelhos, mangas até aos dedos, gola até ao queixo, [...] foi em boa hora banida pela inteligência de nossas patrícias”.

Para a elite de um país jovem como o Brasil, com uma identidade em formação, que buscava conquistar um espaço entre as nações consideradas modernas e civilizadas, a perpetuação do uso de uma roupa de banho tradicional nas praias do Rio de Janeiro era um retrato de seu atraso. Esse tipo de vestuário não só ia contra os padrões estéticos em voga, como também contrariava as mais recentes diretrizes médicas, que agora defendiam a exposição do corpo ao sol como uma prática extremamente salutar e, com isso, a adoção de roupas mais adequadas à essa atividade. Entretanto, não é possível afirmar que o autor desse texto estivesse se referindo ao maiô de lã, pois em nenhum momento usou este termo para se referir à roupa de banho das moças. Mesmo sendo estas mais decotadas que o padrão predominante.

Passados quase quatro anos, era a vez do colunista de Binóculo criticar as mulheres que optavam por roupas de banho mais ousadas, agora referindo-se ao maiô:

Na verdade, há muito mais imoralidade numa moçoila que se apresenta ingênua, natural e tranquilamente, numa praia de banho em *maillot*, que uma dama, outrora, que tal fazia, contra a vontade de seus responsáveis, e em sua ignorância, no pequeno cenário de uma alcova e para a galeria de um só assistente... (GAZETA DE NOTÍCIAS, 23 dez. 1923, p. 5).

Opinião semelhante apareceu na seção *Correspondência*, da *Página Feminina* da mesma *Gazeta de Notícias*, assinada por Velhinha. Respondia a uma jovem que desejava saber se o uso do maiô era adequado em uma estação de banhos:

Não acreditamos que ache apropriado o que poucas criaturas usam (e com que ridículo. Santo Deus!) esse apertadíssimo *maillot* que uma vez molhado cola-se tanto ao corpo que o despe por completo. Que triste figura então fazem! [...] Não queira imitar, nos trajes, essas *girls* que a miúde, vê nos cinemas [...] *Velhinha* (GAZETA DE NOTÍCIAS, 18 jan. 1924, p. 24).

Além da aderência, a polêmica sobre o uso de maiô estava no comprimento dos calções, cuja bainha vinha subindo e já atingira o meio das coxas nos trajes de ambos os sexos. Este hábito e outros comportamentos considerados inadequados à moral das famílias levaram o delegado do 6º distrito carioca, responsável pela praia do Flamengo,

a baixar instruções regulando o comportamento dos indivíduos na praia. Quanto à roupa de banho, estipulou-se que a bainha dos calções não deveria estar mais do que quatro dedos acima do joelho, cerca de oito centímetros para pessoas consideradas de estatura média, o que valia para ambos os sexos. Também foi proibido ir ou voltar mergulhos, vestido com roupa de banho. Era obrigatório envolver-se “por toalhas grandes, roupões ou paletós, que encubram o vestuário de banho, rigorosamente fechado ou abotoado, da cintura à extremidade inferior da camisa”. Quem desobedecesse seria levado à delegacia (GAZETA DE NOTÍCIAS, 19 jan. 1924, p. 2).

A revista *Careta*, publicação semanal ilustrada que contava com a colaboração de importantes aurores, ilustradores e designers, costumava trazer a cada edição fotos de praias cariocas e suas jovens banhistas. Na edição de 26 janeiro de 1924, apareceu (possivelmente pela primeira vez) um maiô feminino. No entanto, na edição seguinte, a roupa folgada de baeta estava de volta (Figuras 4.2.3).

Isso mostra que a adoção dos novos padrões vestimentares não se dá de modo linear nem abrupto, mas através de uma negociação entre diversos atores sociais, como bem ilustram as imagens a seguir.

Figuras 76 – O maiô e traje de banho tradicional dividem atenções, 1924.



(a) O maiô delinea as formas do corpo, seu calção termina no meio das coxas, as mangas somem e o decote é acentuado, contrastando com o da imagem (b). (CARETA, 26 jan.1924, p. 19).



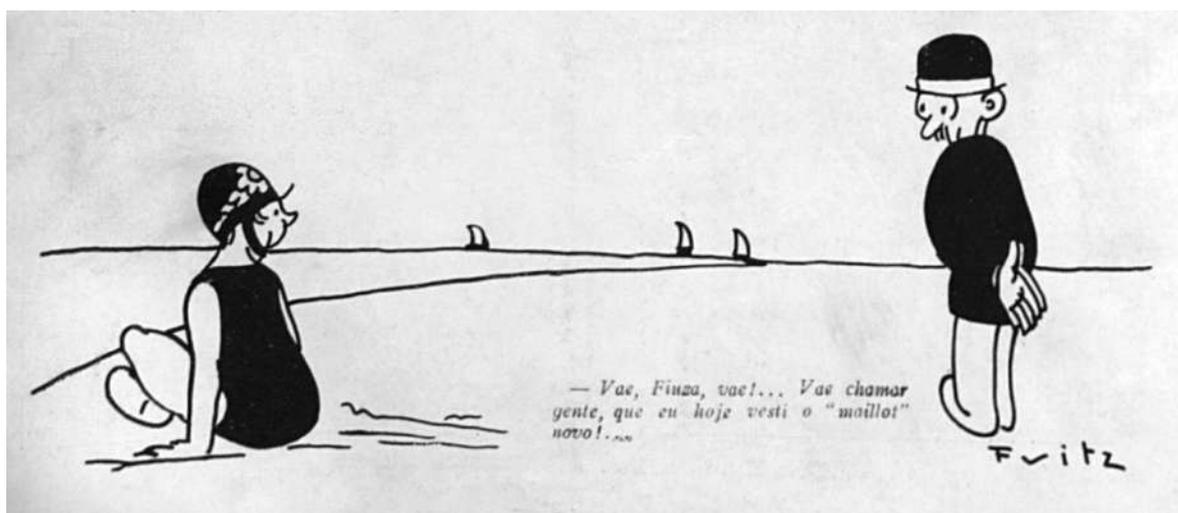
(b) Em Copacabana, as duas moças posam com roupas de banho tradicionais. A da direita se preocupa em tapar os joelhos com a saia: um sinal de decoro. A boia trás a identificação da assistência pública, que estendeu seus serviços de salvamento a essa praia em 1917 (CARETA, 2 fev. 1924, p. 33).

Passados dois anos da publicação dessas fotos, parecia que se chegara a uma encruzilhada em relação à adoção do maiô. Novas regras contra os abusos no vestuário de praia foram sancionadas, enquanto opiniões antagônicas sobre a moralidade daquela roupa de banho eram veiculadas pela imprensa carioca. Tais leis proibiam:

- a) As pessoas de ambos os sexos, cujas roupas sejam demasiado curtas ou estejam rotas ou descosidas.
  - b) Os homens que estiverem vestidos com o costume denominado “macacão”, com calções ou camisas brancas, salvo se forem de lã ou flanela.
  - c) Os homens que se apresentarem com a camisa por dentro das calças, com maillot de seda ou de algodão, ou que não trouxerem roupão ou capa.
- (GAZETA DE NOTÍCIAS, 28 set. 1926, p. 4).

Figura 77 – Charge de Fritz ironizando o comportamento feminino na praia, 1926.

Fritz ironiza o desejo de chamar a atenção das mulheres que adotam o maiô, comportamento na contramão do recato, atitude feminina valorizada em uma sociedade patriarcal como a brasileira.



Fonte: O Malho, 24 jul. 1926/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

Um jornal que clamava pela generalização dos maiôs femininos era o *Beira-Mar*, cujo conteúdo era focado especificamente nos interesses da população moradora dos bairros oceânicos da Zona Sul carioca. A região era denominada pela sigla CIL, composta pelas iniciais dos nomes de suas praias: Copacabana, Ipanema e Leme, a qual posteriormente foi acrescido o Leblon.

Na primeira página da edição de 18 de abril de 1926, em artigo assinado por Alfredo Sade, a roupa de banho tradicional era qualificada como arcaica, bolorenta, inestética, incômoda e imoral. Além de conferir àquelas que a usavam uma curiosa

aparência de “vassouras da Limpeza Pública”. Em contrapartida, o maiô, era considerado o traje de banho verdadeiramente civilizado, por isso belo, gracioso, encantador e decente, liberando os movimentos do corpo e representando um verdadeiro progresso:

*MAILLOTS*

Em todas as cidades civilizadas que tem praias de banhos, o “*maillot*” impera.

Menos aqui.

Ora, convenhamos afinal que o Rio de Janeiro não é província.

[...]

Temos no Rio a mais bela praia do mundo.

Copacabana.

E as mulheres que na rua, com uma perversidade deliciosa, nos mostram as meias... até as ligas, aparecem-nos na praia com umas roupas de banho, que quase fazem concorrência às vassouras da Limpeza Pública.

Não está direito.

Convenhamos...

\*\*\*

E mesmo essa porção de roupas incomoda os movimentos.

É inestética.

Faz mal à vista...

Civilizemo-nos pois. Que venham os “*maillots*”.

Lembremo-nos que esses mesmos senhores importunos que nos paulificam o cérebro com as suas abadescas lições morais, aparecem-nos em público com um “*maillot*” moral tão transparente, tão leve, que se veem facilmente, atrás, as suas roupas brancas...

[...]

Que venham os “*maillots*”.

[...]

*Alfredo Sade*

(BEIRA-MAR, 18 abr. 1926, p. 1)

Para a imprensa carioca, 1927 foi o ano em que o maiô “venceu definitivamente em nossas praias de banhos”. A coluna *Binóculo* da *Gazeta de Notícias*, que criticara duramente as mulheres que o usavam em 1925, agora dava “graças à Deus” por essa conquista. Afinal, a população carioca, principalmente a masculina, civilizara seus instintos e já não se espantava mais com a visão do corpo feminino em público:

Até que enfim, o Rio paralelisou-se a todas as cidades civilizadas do mundo, onde há praias e damas que se banham. [...] E, com o tempo, o hábito tornou o fato tão natural que ninguém mais se abala para ir às praias “grelar” pernas e outros contornos físicos femininos... O *maillot* acabou com tudo: com o mistério e com a curiosidade. [...] A mulher jamais andará despida, porque sabe o valor que há em sempre manter algo oculto. [...] No dia em que a mulher não ocultar nada, terá perdido por completo todo o seu prestígio de sedução (GAZETA DE NOTÍCIAS, 13 jan. 1927, p. 5).

Representante de vanguarda na defesa do maiô, o jornal *Beira-Mar* não teve receio de chamar a polícia carioca de “passadista” em sua primeira página,

afirmando que “querer perseguir o maiô hoje em dia seria apenas fazer praça de antediluviano” (BEIRA-MAR, 6 fev. 1927, p. 1). No ano seguinte, o assunto ainda estava presente na imprensa e foi tratado com bom humor no conto *A Victoria do Maillot*, publicado pela *Revista da Semana*, publicação semanal de variedades. O texto relata a artimanha usada por uma jovem esposa para convencer o marido de que deveria usar maiô<sup>26</sup> (REVISTA DA SEMANA, 8 dez. 1928, p. 18).

O uso do maiô (e, posteriormente, de roupas de banho cada vez mais reduzidas) acabou se tornando comum, mesmo contrariando os padrões morais de parte da opinião pública. Se comparado ao costume de banho, ele representou um avanço, pois deixava os movimentos corporais mais livres, mesmo que pesasse e laceasse quando molhado. Para os homens certamente proporcionou um deleite visual. No entanto, ao naturalizar uma maior exibição do corpo feminino, estimulou ainda mais o desejo e os esforços de adequação a um padrão estético de beleza corporal ainda mais restritivo. “Sem excesso ou inópias<sup>27</sup> de carne”, como afirmava o autor de um texto publicado em Beira-Mar, identificado como W. B., para quem “toda criatura que sair do *regulamento* deve evitar o *maillot*”, afirmava o autor por trás das iniciais W. B. (BEIRA-MAR, 3 abr. 1927, p. 5). Outro que pensava de modo semelhante era o escritor e teatrólogo J. A. Baptista Junior, também conhecido como J. Othelo, que publicou um artigo sobre o tema na revista *O Malho*:

[...] são exatamente as mulheres bonitas, as raparigas modernas que, com maior ardor, se dão ao luxo de banhar-se nas nossas praias. Mulheres bonitas, raparigas modernas — digo bem. Porque as feias ou desajeitadas são incompatíveis, senão com o banho, pelo menos com as condições que o seu hábito exige. O banho de mar supõe, preliminarmente, corpo bem feito, pernas bem modeladas. Está-se a ver que nem todas as mulheres podem exhibir impunemente esses atributos... (O MALHO, 3 mar. 1928, p. 33).

Em 1928, já era o traje oficial das banhistas retratadas pelo periódico pela revista *Careta*, como mostram as fotos a seguir (Figura 78):

<sup>26</sup> A autoria era de Maria Eugenia Celso, jornalista, escritora e ativista do movimento feminista brasileiro, entre tantas outras funções em que obteve destaque (REVISTA DA SEMANA, 8 dez. 1928, p. 18).

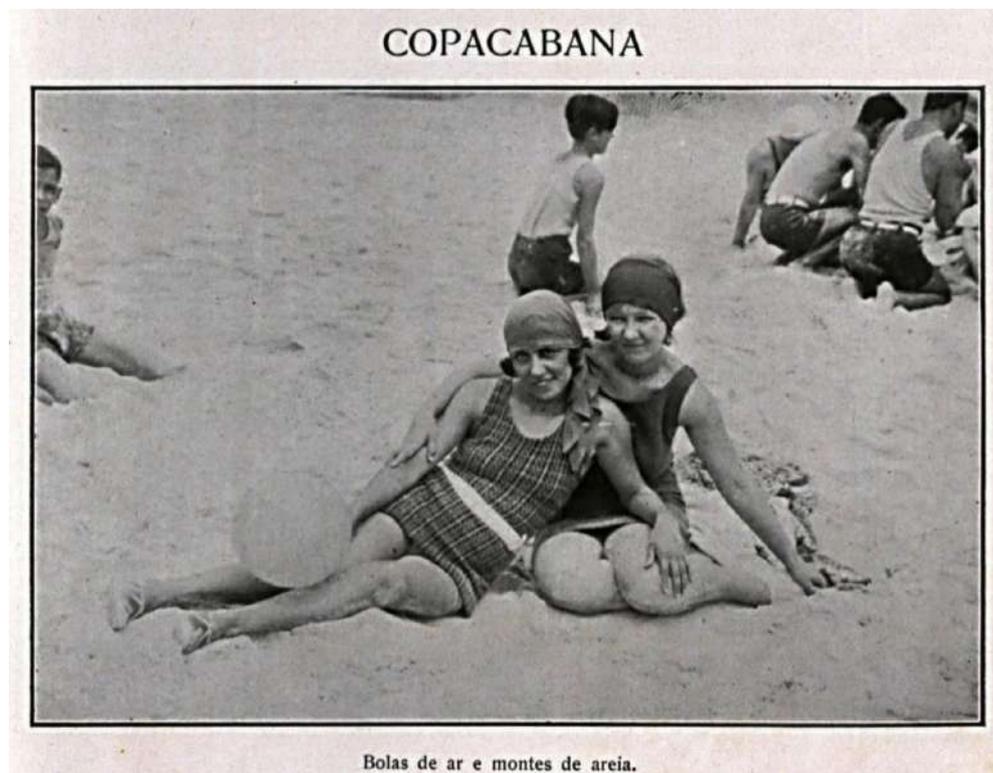
<sup>27</sup> Inópia significa carência, indigência, mingua, penúria. Fonte: Michaelis, 2015.

Figura 78 – Maiô: o novo uniforme feminino na praia, 1928.



Fonte: Careta, 14 jan. 1928, p. 24/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

Figura 79 – Lenços de cabeça para praia, 1928.

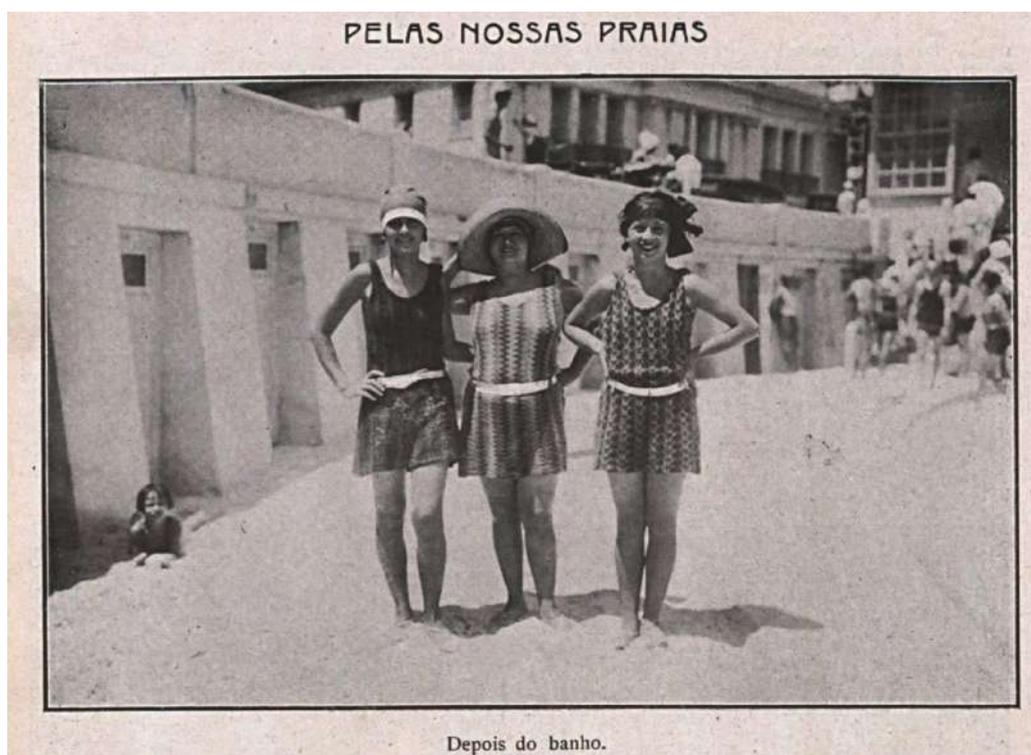


Fonte: Careta, 15 dez. 1928, p. 33/Biblioteca Nacional Digital, 2016

O maiô mais característico do período era curto, de cor escura e composto por calção e blusa unidos, formando uma única peça, que recebia um cinto branco, geralmente de borracha, que ajudava a mantê-la no lugar quando molhada. Pelas figuras anteriores, nota-se que sua modelagem era bem mais ajustada ao corpo que a dos costumes de banho tradicionais. E o tecido de que era feito — a malha de fios de lã — apresentava elasticidade superior a dos materiais e estruturas têxteis disponíveis até então. Mesmo assim estava longe de ser tão aderente quanto os tecidos e fibras contemporâneos. Decotes e comprimentos podiam variar ligeiramente, de acordo com o gosto da usuária mas, em geral, a blusa do maiô era comprida o suficiente para cobrir o púbis, formando uma espécie de sobressaia. A intenção era mais moral que estética, pois pretendia disfarçar essa região, cuja forma ficava invariavelmente delineada pelo calção, algo inédito na história do vestuário moderno.

Na cabeça toucas ou, eventualmente, chapéus de aba larga para proteger o rosto do excesso de sol, pois ainda não haviam filtros solares no mercado. Faixas e lenços serviam de adorno, mantendo o cabelo arrumado ou cobrindo a touca de borracha. Na praia os pés ficavam descalços ou vestiam uma espécie de sapatilha de banho, que também costumava ser de borracha (Figuras 78 e 80).

Figura 80 – Diferentes adereços de cabeça para a praia, Urca, 1928.



Fonte: Careta, 21 jan. 1928, p. 22/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

Pela Figura 80, nota-se que o maiô, quando seco, acompanha as formas do corpo sem se ajustar demasiadamente a ele. E que a pele das pernas das moças está mais bronzeada que a das coxas, indício de que haviam adotado aqueles trajes de banho mais curtos recentemente. Ao fundo, vê-se um vai-e-vem de banhistas e parte do hotel balneário que funcionava nessa pequena praia, chamada então de Lavolina.<sup>28</sup> As várias portas sob o passeio correspondiam a cabines que serviam para troca de roupa.

Merecem destaque os maiôs de motivos geométricos que aparecem nas Figuras 79 a 81, confeccionados com malhas cujos padrões eram obtidos pelo entrelaçamento de fios de cores distintas. Isso se dava durante o processo de tecelagem, executada em teares especiais, do tipo *jacquard*.

Figura 81 – Maiôs de tecidos variados, 1928.

Além da malha de lã, o tecido de algodão ainda era utilizado, além de vivos e apliques decorativos.



Fonte: Careta, 4 fev. 1928, p. 31/Biblioteca Nacional Digital, 2016.

De acordo com a coluna *Binóculo* do jornal *Gazeta de Notícias*, dois modelos de maiôs eram os mais usados. Um tipo chamado de “trajo canadense”, formado por

<sup>28</sup> A praia da Urca, que na época foi apelidada de Lavolina, surgiu junto com o bairro de mesmo nome, nos primeiros anos da década de 1920, do aterramento dos arredores do morro do Pão de Açúcar. Seu antigo apelido veio do imenso anúncio do sabão Lavolina, localizado na encosta do morro vizinho, bem à vista dos banhistas que frequentavam o hotel balneário ali existente.

uma camiseta de malha de lã (*sweater*) branca ou de listras largas, usada com calção preto e cinto branco. Outro era composto por camiseta de malha de lã (*sweater*) bem comprida, podendo abrir “em um ligeiro movimento de saia”, ou melhor, em um suave evasê, cobrindo o calção de banho. Combinações de cores contrastantes, como azul com amarelo ou vermelho com bege eram comuns, assim como motivos geométricos de listras, pastilhas ou outros tipos de desenhos variados.

Na praia, as roupas íntimas eram dispensadas, bastando o maiô em contato direto com a pele. Assim o corpo, que no dia-a-dia era modelado, comprimido e sustentado pela cinta e o *soutien-gorge*, ficava livre de qualquer compressão. Em contrapartida, estava mais sujeito à ação da gravidade, o que afetava principalmente as mulheres de maior idade ou que fugiam aos padrões estéticos corporais longilíneos, então em voga. Se os maiôs diminuía, crescia a demanda por soluções que prometiam corrigir ou atenuar os efeitos indesejados da idade ou da natureza. Um exemplo foi o método francês de Mme. Héléne Duray para desenvolvimento e enrijecimento do busto, anunciado na revista *Fon Fon* exibindo a foto de uma banhista de maiô (17 dez. 1927, p. 68).

Figura 82 – Saídas de praia, guarda-sol e barraca, revista *Careta*, 4 fev. 1928.



Os roupões eram acessórios indispensáveis, principalmente entre as mulheres que, devido aos padrões morais vigentes, tendiam a adotar por um comportamento mais discreto na praia.

Quanto às saídas de praia, o clássico era o roupão de tecido felpudo (atoalhado), geralmente branco (Figura 82), material que também servia de forro para modelos “em *shantung*, em seda resistente ou em pano grosso, enfeitadas quase sempre com listas ou motivos impressos”. Outra opção eram os “agasalhos leves”, confeccionados com tecidos finos, como o crepe da China, em formas inspirada em “casacos, capas, togas, sobretudos cruzados, *robes de chambre* masculinos [roupão], *peignoirs* [penhoar] ou ainda à maneira dos albornozes marroquinos, em lã branca”. As saídas de praia costumavam ser ajustadas ao corpo com o auxílio de um cordão ou faixa, e apresentavam alturas de bainha bem variadas, podendo ser “compridas, curtas, três quartos, sete oitavos etc.” Para complementar o guarda-roupa praiano: “bolsas, sombrinhas, gorros, sandálias, sapatos, etc.” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 8 jan. 1929, p. 4).

Chapéus, barracas e guarda-sóis eram utilizados como abrigo durante os períodos de exposição ao sol, cada vez mais longos, protegendo a pele de queimaduras, pois os filtros solares ainda não existiam.

### 4.3 A influência de Hollywood

Na década de 1930, a influência do cinema de Hollywood no comportamento e na moda adquiriu grandes proporções, tornando-o um dos mais poderosos instrumentos de dominação cultural do mundo. Esse fenômeno ganhou corpo no final dos anos 1920, período em que houve o advento do filme sonoro e colorido. Entretanto, estas novidades não foram os únicos agentes dessa revolução.

A verticalização do modelo de negócios dos estúdios, a produção de filmes em grande escala e a mitificação de seus astros e estrelas conduziram Hollywood à sua Época de Ouro, que se estendeu até os anos 1940. A promoção e a publicidade passaram a ser controladas de perto pelas produtoras dos estúdios, que não só promoviam cada filme individualmente, mas também disseminavam uma imagem de glamour que envolvia todo o mundo do cinema. As premièeres, por exemplo, passaram a acontecer em grande teatros, de propriedade dos estúdios, tornando-se eventos majestosos, que atraíam a atenção e a presença da imprensa e dos fãs. A imprensa, com apoio da publicidade dos estúdios, divulgavam constantemente

informações sobre o cotidiano dos atores e atrizes<sup>29</sup> (SKLAR, 2002, p. 89 e 184).

Os figurinos, que até então não diferiam muito das roupas usadas pelos atores e atrizes no dia-a-dia, começaram a ser criados especialmente para os filmes, integrando-se à narrativa cinematográfica e a todo o conjunto de cenários, música, coreografia e gestual em cena. Mais do que mostrar a moda parisiense, os grandes figurinistas do cinema norte-americano tornaram-se criadores de modas que, de acordo com o sucesso dos filmes, eram absorvidas pelo mercado (LEHNERT, 2000, p. 33).

Também é digno de nota o papel desempenhado pelos fotógrafos que executavam retratos promocionais dos astros e estrelas, com alto padrão de qualidade. Esses profissionais exclusivos dos estúdios dispunham de todos os recursos de figurino, adereços, cenografia e maquiagem dos filmes para produzir suas imagens. Depois de prontas, as fotos eram enviadas à imprensa, com explicações detalhadas sobre os aspectos estilísticos das roupas usadas nos filmes. Outros fotógrafos eram responsáveis por registrar os cenários e as cenas durante as filmagens, atendendo ao mesmo objetivo. Todo esse conteúdo acabava sendo usado pelas revistas, promovendo gratuitamente os filmes e todos os envolvidos neles (SKLAR, 2002, p. 184 e 193).

Para dar vazão ao grande volume de películas produzidas anualmente por cada grande estúdio de Hollywood era necessário alugá-las em pacotes e fazê-las chegar aos cinemas dos quatro cantos dos Estados Unidos. Assim, para ter um grande sucesso de bilheteria, cada sala de projeção independente, isto é, que não pertencia a um estúdio, era obrigada a exibir vários filmes pouco expressivos. A somatória dessas operações, cujo funcionamento foi apenas esboçado nos últimos parágrafos, permitia que todos os custos envolvidos nessa indústria fossem pagos e se obtivesse lucro no próprio mercado doméstico (SKLAR, 2002, p. 89).

Ao exportá-los para outros países, como o Brasil, as produtoras norte-americanas podiam alugar seus filmes por valores muito inferiores aos das produções nacionais e de outros países, pois já saíam pagos dos Estados Unidos. Esse sistema quebrou as produtoras brasileiras e tornou o cinema hollywoodiano muito influente, difundindo de modo avassalador o *American way of life* (SKLAR, 2002, p. 76).

---

<sup>29</sup> Os conteúdos sobre astros e atrizes de Hollywood divulgados pela imprensa não se limitavam a notícias positivas. Oportunamente traziam dramas e intrigas que davam um tom cinematográfico a suas vidas, estimulando um sentimento de empatia nos espectadores, pois aproximavam a ficção da realidade (SKLAR, 2002, p. 89 e 184).

...

No Brasil, a influência cultural de Hollywood foi tremenda, tanto diretamente, pelos filmes, quanto de modo indireto, através da mídia impressa. Assim como nos Estados Unidos, a imprensa nacional recebia gratuitamente dos estúdios de Hollywood farto material de divulgação sobre os filmes e a vida dos ídolos cinematográficos. Mas, devido a mudanças no mercado de cinema norte-americano, a partir dos anos 1930 o universo hollywoodiano e suas estrelas ganharam atenção generalizada. Isso se deu não apenas em títulos especializados, como a revista *Cinearte*, mas também nas publicações dedicadas a generalidades. Em 1931, por exemplo, a semanal *O Cruzeiro* apresentou uma média de catorze páginas por mês dedicadas a aspectos variados do mundo cinematográfico, fossem anúncios ou editoriais. Em 1932 esse número subiu para 20, em 1936 para 26, chegando a uma média de 32 páginas mensais em 1939, sendo que a maioria esmagadora fazia alusão ao cinema norte-americano (GONÇALVES, 2015, p. 8). A revista *O Malho*, por sua vez, passou a publicar com assiduidade matérias de moda com títulos do gênero “Como vestem as *estrelas* de Hollywood”, produzidas com o material de divulgação enviado pelos estúdios norte-americanos. É importante destacar que, nesse período, os veículos da imprensa brasileira ainda não haviam se estruturado para produzir suas próprias fotos de estúdio, ficando a atuação de seus fotógrafos restrita basicamente ao fotojornalismo.

Os maiôs exibidos pelas estrelas de cinema podiam ser considerados avançados, mas, para o jornal *Beira-Mar*, em uma hiperbólica manifestação de bairrismo afirmava: “o Rio de Janeiro não copia mais Paris e Hollywood. O Rio de Janeiro copia Copacabana, porque as copacabanenses são as mulheres mais espirituais do universo” (BEIRA-MAR, 14 ago. 1937). Entretanto, era evidente que elas, e mesmo as cariocas de outros bairros, não tinham como ficar imunes às criações dos figurinistas da Meca do cinema e dos designers das grandes capitais da moda. De todo modo, isso não era empecilho à qualquer tipo de manifestação mais original, tendo em vista as especificidades culturais que conformaram o ambiente praiano carioca, descritas anteriormente.

#### 4.4 Marcas, fabricantes e estabelecimentos comerciais

Na década de 1930, surgiram os primeiros edifícios de apartamentos em Copacabana, houve um aumento progressivo de sua população e o comércio se desenvolveu. O bairro passou a atrair uma classe média, para quem trajes de banho importados eram artigos caros. Embora houvesse uma série de lojas comercializando roupas de banho no Rio de Janeiro (como pode ser visto nos quadros ao final desta seção), ainda predominava a confecção caseira de roupas, incluindo maiôs. Na maioria das vezes, as referências de moda vinham de figurinos e fotos de revistas. Afinal, o acesso a viagens internacionais e a roupas de marcas de moda de luxo — comercializadas no Rio de Janeiro pela *Casa Canadá* — eram um privilégio para poucas que podiam pagar preços extremamente elevados.

Com os banhos de sol crescendo em popularidade, não era incomum que as mulheres (seguindo uma prática que, há tempos, havia sido adotada pelos homens) abaixassem as alças do maiô, para aumentar a área de pele exposta ao bronzeamento. Esse hábito levou ao uso de peças cada vez mais decotadas, principalmente nas costas, que começaram a aparecer nas praias cariocas a partir da década de 1930 e acompanhavam a nova moda para vestidos femininos de noite, que exibiam as costas nuas. Anúncios brasileiros da marca norte-americana de maiôs *Jantzen* traziam modelos adaptados a essa moda e muitas fotos de divulgação de atrizes de Hollywood que chegavam ao Brasil mostravam-nas com maiôs desse tipo, estimulando por aqui o desnudamento das costas (Figuras 83).

Uma grande variedade de “*ensembles de plage*”, isto é, de conjuntos de praia, compostos por peças como shorts, saias, jaquetas e calças coordenadas, apareceram na edição de *O Malho* de 1º de março de 1930 (Figura 84). A revista indicava seu uso durante o tempo passado na areia, antes e após o mergulho, que aumentava com a difusão da prática do bronzeamento e a ocupação da praia para atividades esportivas, sociais e de lazer. No entanto, esse tipo de roupa, mais leve, prática e esportiva, acabaria ganhando as ruas e se tornando característico das mulheres de Copacabana. Os *essembles* traduziam muito bem o estilo de vida mais informal do bairro, estabelecendo uma conexão entre a moda cotidiana e as roupas de banho, além de se adaptarem muito bem aos tecidos de algodão, carros-chefe da indústria têxtil nacional.

Figuras 83 – O decote do maiô acompanha os vestidos de noite, anos 1930.

## JANTZEN CRIA UMA NOVA MODA EM MAILLOTS

**PARA NATAÇÃO**

**PARA BANHOS DE SOL**



O cêste imperavel que ajusta ao corpo, a interior liberdade de movimentos que a malha Jantzen permite, a maciez do tecido, a combinação elegante de côres, tornam os trajes de nataçao Jantzen indispensaveis a todos que são ciosos de sua apparencia e de sua comodidade.

Em o novo type de trajes Jantzen "Shouldaire", para senhoras, as alças podem ser baixadas, ficando os maillots seguros e a lumbra desajada, por um dispositivo especial, afilencendo os hombros.

As alças assim baixadas permitem que se bronzeie o corpo, e assim se evita a formação de manchas brancas no corpo.

por interior aos raios do sol, evitando assim o seu colorido desigual tão commum entre as frequentadoras das praias que usam outros maillots. Procure a mercalladora vermelha. É essa a marca que distingue os maillots Jantzen. A venda em toda as casas de 1.ª ordem.

Agentes generaes  
**NELSON & CIA.**  
Cassa Postal, 16322 - São Paulo  
Ouvrem mudado sua grafica, a manteria de côres para maillots Jantzen.  
Novas:  
Endereço:



O maillot que Jantzen  
é nataçao

(a)

15-2-1936 CARETA 21

### GALERIA DOS ARTISTAS DA TELA



LILLIAN BOND  
Artista de Columbia Pictures.  
ATRAÇÃO! FORMOSURA!  
ENLEVO!  
"HEA OUVIDOR"  
Fô de Arroz de Mendel

suburbana e... convergono-se. Verificamos com melancolia que urbanisticamente todo está por fazer-se. E os proprietários de Copacabana ou Ipanema pagarão taxa maior que os dos subúrbios? De certo que não.

Criticam-me porque deploro, como costumo a deplorar, que o Rio, que poderia ser, sob o Euzébio, uma Cidade Parque, pela abundancia de zonas esportivas luxuriantes, fosse uma das cidades menos arborizadas, no Novo e no Velho-Mundo. A incúria sobre os matos por parte das autoridades municipais equivale a um grave delito.

Na floresta de um verde como o que vemos sofrendo, sacrificam-se toda a população por occasião de somnolência. Insurreccionam-se as pessoas arrosas de certas ruas contra, precisamente na hora em que as suas frentes, arrosas mais generosas.

Em outras, porém, os autos no material das ruas, não há arborização que o meio físico reclama e que a administração facilitaria, não apenas por exigencia estetica mas, por determinação fiscalislogica. Prestaria um dos maiores serviços ao Rio o homem, quasi miraculoso, que resolve o problema (isto seria quando o dia azul e o do transporte de sua arborização). Tenho por um crime esquecer-se uma rua sem se pensar na árvore. Isso não representa só incapacidade tecnico-urbanistica, senão refinadissima crueldade para com a mais sacrificada das populações brasileiras, pelo que paga de impostos, taxas, sobre-taxas e dinho. A árvore vale por um verde elemento de saúde e de festa para o olhar cansado de luz. Impõem-na na sua bondade, que a todos acorda de graça, os "árvores" que correm o Têdio. Lembrem-se dos que têm de movimentar-se e do qual porque não encontram refugio. Corram a vêr os que tomaram de insolação.

Vou mesmo aqui, notando que se impôs, neste Rio carnavalesco, uma ação estetica no sentido de forçar os "árvores" em matos e jardins a arborizarem sem delonga as ruas e praças desguardecadas. Cada bairro no lado oculto da Cidade, que com os seus felizes subúrbios se prolonga afinal até Sta. Cruz, manteria um par de delegados e todos, depois, agiriam junto aos que pedissem ou não e atendessem. Anseio que se contrariam toda a ajuda por parte de nossa imprensa diaria e hebdomadaria. E por um movimento deusa ordem quem sabe lá o que se obtém? E quando nada se obtiverem, pelo menos se lançaria em rido aos administradores a sua desidia. Mirou no Tijuca, batida de sol, sem uma rua

nova e sem árvores. Si os companheiros de outros bairros quizerem levar avanti essa cruzada, manifestem. Planteiros o sei! Vamos acabar plantando árvores até na cabeça das ruas "tênicas".

E si se resolveo tambem a critica o nosso sistema primario de transportes, com uma ou outra excocção? Quem fôr candidato à locutura seja no aspecto de abascear-se uma curva da Light, com uma relativa presso de rumar para este ou aquél lado. O desgraçado, com um accessorio senozento quasi sempre, arretace-se à moçada de uma tartaruga, moando a paciencia do passageiro. Fica em todos os pontos porque em todos eles há tambem damas e cavalheiros que, habituados segua a lenda, são lindos igualmente no tom-lho. Perde-se, assim, uma hora da Tijuca à cidade como da Javes e de outros bairros. Quantas de Casca-dura?

Dilem-se, mas há agora os amulhos. Não há duvida. São, porém, na sua maioria, mais, sem nenhum conforto, dirigidos por "chauffeurs" que põe a vida da gente em perigo de dois em dois minutos. Os de certas linhas, como as de Copacabana e Ipanema, não são convergencia. Os do tipo disse sanguinolento Light não são dos piores, a despeito dos seus assentos de tecidos de li. Os demais, entretanto, essas "coisas" lapidada que vão lá para a Ponta, Meyer, Catumbá e Cascaidura traçaram por que os "árvores" cidadãos têm a mentalidade de ira desconfortavel dos cortes de bô.

O Rio precisa de qualquer modo, civilizar-se. Observem a rua Floriano Peixoto, à tarde.

Vejam os bondes que passam entupidos de passageiros que se agarram a todos os lugares — são funcionarios, operarios, soldados e maricabidos que vão de novo, comer fago no seu curso subterraneo e tambem entupidos da Central. Isso é li de uma Cidade Maravilhosa, que si devia ha muito ter, como Buenos-Aires, all à beira do Prata, um serviço subterraneo rapido, limpo e barato? Objeto: mas o sub-solo carioca tem agua e pedra. Ora bolas! As grandes cidades modernas lutaram com os mesmos obstáculos mas — e assim se devia pensar — os malefocos foram feltoz para ser vencidos. No dia em que os nomes técnicos de vedação apparecerem, ordenados pela energia realisadora de um grande administrador, teremos resolvido tambem o problema do transporte, com um serviço rápido e ditoso como esse de que, outra hora, pôde envolver-se a capital platina. Mas vamos deixar o resto para depois do Carnaval.

(b)

(c)



(a) Anúncio do maiô Shouldaire, da marca Jantzen, que podia ser usado com as alças abaixadas para ampliar a área de bronzeamento. Careta, 29 nov. 1930, p. 43.

(b) A atriz norte-americana Lillian Bond de maiô frente-única bem curto e cavado. Careta, 15 fev. 1936, p. 21.

(c) Os novos vestidos de noite, decotados nas costas, pediam uma pele de tom uniforme, sem marcas brancas deixadas pelo uso de modelos de maiôs mais fechados durante o bronzeamento. Revista da Semana, 30 jan. 1932, p. 32.

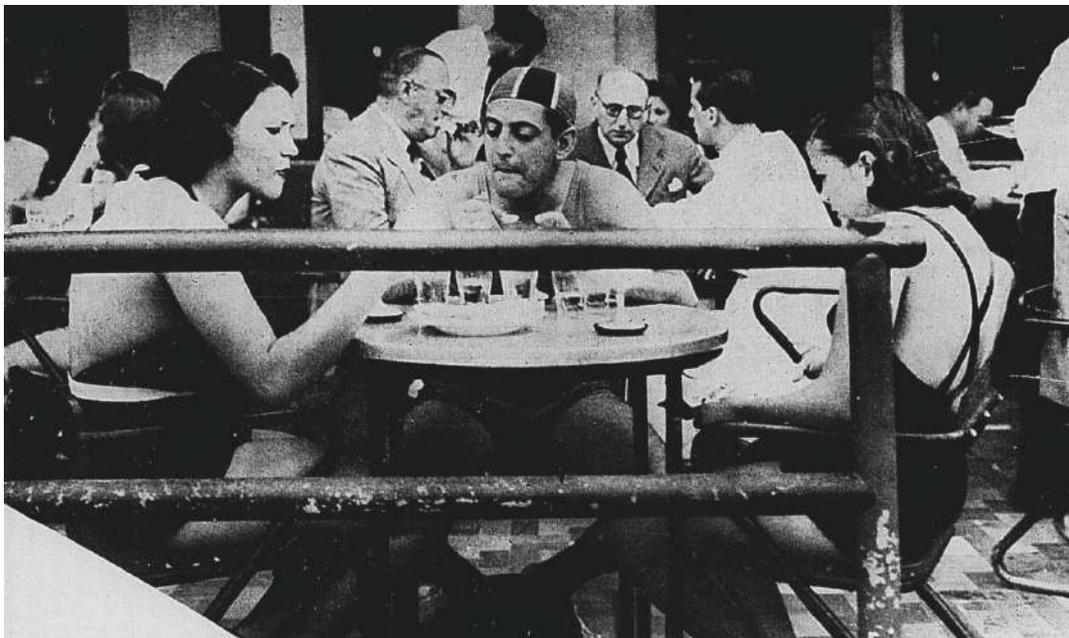
Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2016.



Figura 84  
Figurino com modelos de *ensembles de plage*, revista 1930.  
Sugestões variadas de conjuntos de peças coordenadas para uso com um mesmo maiô

Fonte: O Malho, 1 mar. 1930, p. 5/  
Biblioteca Nacional Digital. 2016.

Figuras 85 – Moças de maiô no Café O.K. e no calçadão, Copacabana, 1936.  
A informalidade, que se tornou característica do estilo de vida de Copacabana, estimulava algumas banhistas a prolongarem o uso do maiô para além do mar e da areia, ocupando o calçadão e até mesmo um café na Avenida Atlântica. Atitude que seria mal vista em outros lugares.



(a) Beira-Mar, 19 nov. 1938, p. 5.



(b) Careta, 22 fev. 1936, p. 27.

Fontes: Biblioteca Nacional Digital, 2016.

Em 1936, as costas nuas já dominavam a praia de Copacabana, em modelos com alças finas, tiras cruzadas nas costas ou frente-única, e ainda mais curtos que há oito anos. As pernas do maiô estavam praticamente desaparecendo, aproximando-se da curva da virilha, enquanto os saíotes que recobriam o púbis deixavam de ser obrigatórios. Vale notar que, em Copacabana, moças vestidas apenas com maiô já não causavam estranhamento durante o *footing* no calçadão ou nas “terrasses” dos cafés da avenida Atlântica (Figuras 84) (BEIRA-MAR, 19 nov. 1938, p. 5; CARETA, 4 jan. 1936, p. 36; idem, 8 fev. 1936, p. 22; idem 22 fev. 1936, p. 27; O MALHO, 13 fev. 1936, p. 24-25).

Na década de 1930, outro modelo de roupa de banho também causou polêmica: o “maillot-televisão”. Mesmo sem encontrar uma imagem dessa peça, nota-se, pelas descrições encontradas, que ele marcava as curvas e reentrâncias da anatomia feminina. Provavelmente era confeccionado com um tecido mais fino e aderente, como o jersey, ou com os importados que levavam *Lastex* em sua composição; talvez correspondesse ao maiô duas-peças, que também apareceu nesse período. No jornal *Beira-Mar*, o “maillot-televisão” foi chamado ironicamente de “maillot-camelot”, isto é, maiô-camelô, em alusão aos vendedores ambulantes, pois ajudava a “vender” a moça que se dispunha a usá-lo:

O maillot-televisão é uma espécie disso que os namorados cognominam de “pau de cabeleira”, indivíduos que levam e trazem recadinhas de amor... [...] Expressa nada mais nada menos que as formas de quem o ostenta... E os olhos artistas posam de receptores das ondas emanadas da “broadcasting” da beleza... Mlle. Copacabana, alegre, leviana, não quer outro companheiro que não seja o maravilhoso maillot-televisão... Maillot que Eva se esqueceu de usar... Maillot que é o Polar, o padrinho, o vigário, o parteiro, o arranja tudo de quem o usa... Maillot-televisão... Maillot-camelot... (BEIRA-MAR, 24 nov. 1934).

A associação da mulher urbana, jovem, bonita e arrojada à Copacabana (e, por tabela, a todas as praias da CIL) era tecida e disseminada pela imprensa carioca. Conseqüentemente, esse padrão feminino foi incorporado à um modelo identitário em construção para o Brasil. Como mostra outro texto publicado no jornal *Beira-Mar* (6 maio 1939, p. 1), o moderno, o avançado, expresso pelo tipo de maiô usado pelas mulheres, tornava-se uma prerrogativa do bairro. Assim, utilizando o ideário de seu balneário mais famoso, o Rio de Janeiro afirmava uma supremacia em relação à São Paulo, cidade mais rica e industrializada do país (que, pela proximidade, fazia de Santos sua praia oficial).

Não faz muito, folheando uma revista de Santos, tivemos a impressão exata que estávamos diante de fotos de Copacabana de 1929... Embora sejam belíssimas as sereias da Praia de José Menino, não encontramos em meio de cerca de cem banhistas que ilustravam a página da qual vimos de nos referir, uma só delas, que usasse um “maillot” frente única, ou muito menos, um desses outros modelos gênero “televisão”... (BEIRA-MAR, 6 maio 1939, p. 1).

Naturalizada a exibição de costas e pernas na praia e da pele morena como padrão de beleza, o caminho se abria para mais transgressões aos limites acordados de exposição corporal na praia, balizadas pela moda. Na foto a seguir, o maiô foi propositalmente cavando para expor uma área maior das nádegas e reduzir a marca branca deixada pelo maiô na pele, como um prenúncio das futuras das roupas de banho (BEIRA-MAR, 15 nov. 1937, p. 3) (Figura 86).

Figura 86 – Sereia de Copacabana cavando o maiô para se bronzear melhor, 1937.

Ao puxar a cava das pernas de seu maiô para cima, a sugestão de que a diminuição das roupas de banho femininas não pararia no desnudamento das costas. Apesar dos protestos da parcela mais conservadora da sociedade carioca.

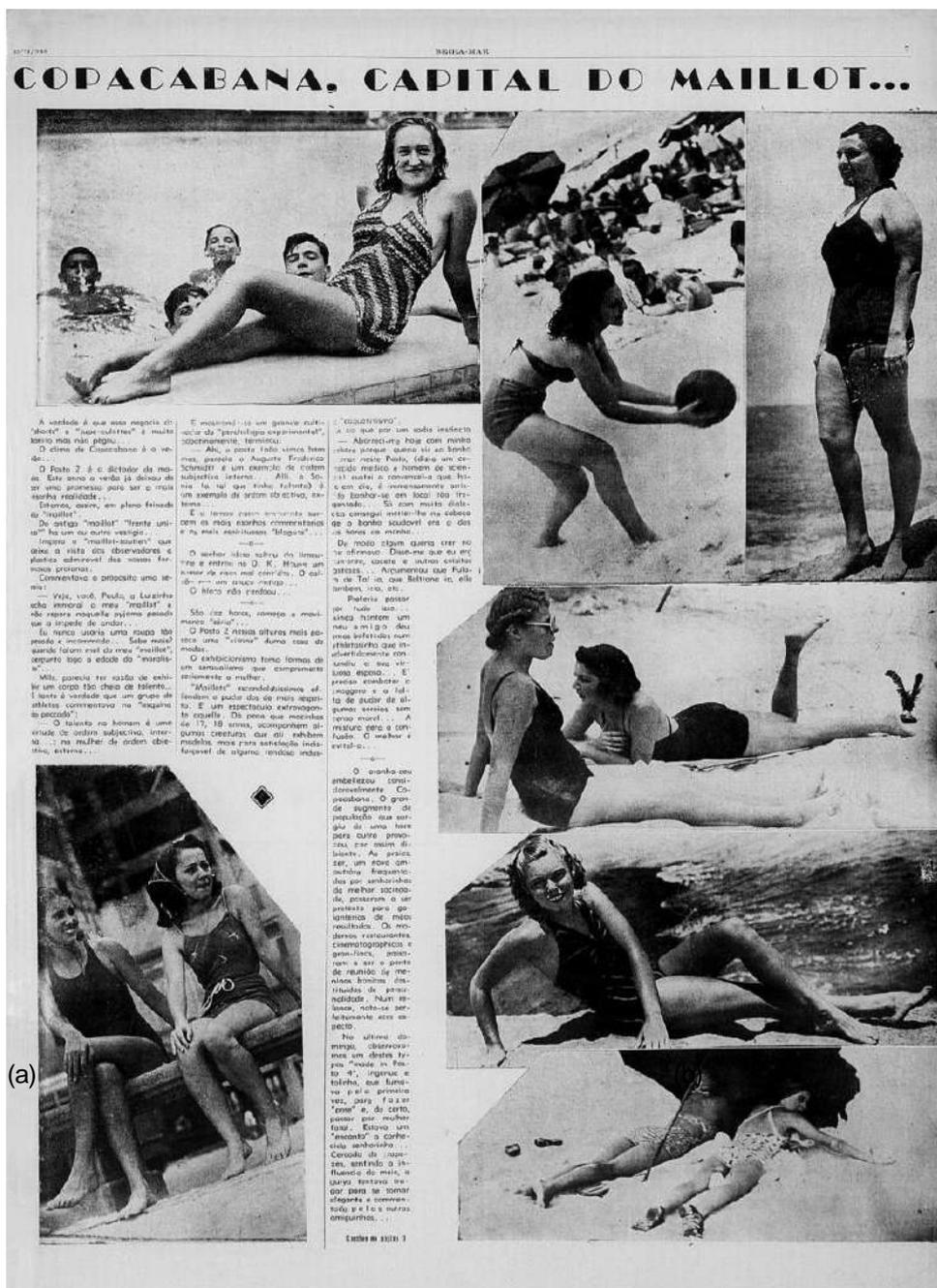
Fonte: Beira-Mar, 15 nov. 1937, p. 3/  
Biblioteca Nacional Digital, 2016.



Mas, antes das nádegas, havia outra fronteira corporal a ser desbravada na praia, através do modelo de maiô que ficou conhecido como duas-peças. Chamado também de “maillot-soutien”, o duas-peças deixava à mostra uma faixa de pele abaixo do busto, na altura do estômago, de largura variável. De acordo com *Beira-Mar*, em 1938 ele já havia suplantado o frente-única nas areias do Posto 2, em frente ao Lido. Esse trecho, chamado de “esquina do pecado”, tinha a fama de reunir as mulheres mais ousadas e as roupas de banho mais curtas e decotadas do Rio de Janeiro. Entretanto não é o que aparece nas fotos que ilustram a matéria de *Beira-Mar* (19 nov. 1938, p. 7) (Figuras 87):

A verdade é que esse negócio de “shorts” e “jupe-culottes” é muito bonito mas não pegou... O clima de Copacabana é o verão... O Posto 2 é o ditador da moda. [...] Estamos, assim, em pleno reinado do “maillot”. Do antigo “maillot” “frente única” há um ou outro vestígio... Impera o “maillot-soutien” que deixa à vista dos observadores a plástica admirável das nossas formosas praianas (BEIRA-MAR, 19 nov. 1938, p. 7).

Figuras 87 – Maiôs frente-única e o novos *maillots-soutien*, 1939.



(a) O jornal da CIL anunciava a adesão das banhistas de Copacabana ao maiô duas-peças, no entanto não era bem isso o que se via nas fotos.

Enquanto isso, mulheres de hábitos mais cosmopolitas, muitas vezes com condições financeiras para frequentar balneários internacionais da moda, bailarinas do teatro de revista que atuavam com figurinos reduzidos ou imigrantes provenientes de nações europeias mais permeáveis à cultura naturista, como a alemã Miriam Etz (b), aproveitavam a tranquilidade do Arpoador para usar o duas-peças.

Fontes: (a) Beira-Mar, 19 nov. 1939, p. 7/  
Biblioteca Nacional Digital, 2016, (b) Castro, 1999, p. 39.



Figura 88  
A moda dos maiôs  
estampados de malha  
*jersey*, 1938.

A novidade para a praia eram maiôs de malha *jersey*, que permitiam a aplicação de estamparia em cores vivas e ganhavam mais apelo ao serem exibidos por estrelas de cinema de Hollywood.

Fonte: Suplemento  
A Noite, 16 dez. 1938,  
p. 21/Biblioteca  
Nacional Digital, 2016.



No verão ninguém pode passar sem algumas horas de ar livre, o banho de sol e de mar. Os "maillots" de tom unido e "jersey" preto foram pitorescamente substituídos pelo "maillot" ou "short" de tecido vivamente estampado, como esta linda sugestão apresentada por Ann Shirley.

No limiar dos anos 1940, diferentes tipos de fibras têxteis começaram a surgir nas roupas de banho cariocas. São exemplares o algodão, a seda e o raiom, uma fibra artificial que começou a ser produzida no Brasil em 1926, geralmente tecida em combinação com outras fibras. Assim como variados tipos de tecidos: fustões, cetins, *shantung*s, entre outros, que favoreciam a estamparia, ao contrário da malha de lã (Figura 88). As dicas de moda do caderno *A Noite Ilustrada*, do jornal *A Noite*, divulgavam essas tendências:

Meninas e moças poderão comparecer às praias, durante o verão, com "toilettes" apropriadas e elegantes, sem comprometer o orçamento familiar, com bom gosto, mas economicamente. Basta escolher uma chitinha de alegre padronado e... copiar os modelos desta página, aceitando as nossas sugestões de técnicos no assunto. "Shorts", "robe-manteaux", calças-saiotes, vestidos, se fazem tão encantadores, nestes feitos de fácil execução (A NOITE ILLUSTRADA, 16 dez. 1938, p. 21).

Para praia devemos adotar o algodão integral ou o "rayon" de lã, pois a seda acetada não resiste ao mar. Este "short" para nadar é em crepon estampado de cores vivas (A NOITE ILLUSTRADA, 3 nov. 1942, p. 29).

Fibras artificiais, como o raiom, ganhavam cada vez mais espaço no guarda-roupa, pois barateavam bastante o preço dos tecidos. O raiom podia gerar tecidos de aspectos variados, ora aproximando-se do linho, ora da seda, ou mesmo do algodão.

Isso se dava de acordo com o tipo de acabamento que recebia, seja na fiação ou na tecelagem. Nesta etapa também poderia ser misturado a porcentagens menores de outras fibras, geralmente naturais, que influíam nas características finais do tecido:

Rayon é uma palavra que os americanos empregam para designar qualquer tecido por onde a seda “passou de avião”, e, mesmo assim, nada tem de comum com o reino animal, isto é: “rayon” é qualquer tecido composto de noventa por cento algodão e dez por cento de seda artificial, como o chamado “linho e seda”, por exemplo, onde não há nem linho nem seda. Muitas vezes, o “rayon” contém lã em vez de seda, mas de qualquer forma o algodão está sempre em maioria esmagadora, o que faz desse tecido o ideal para o momento, pois reduz o seu preço e o torna lavável e prático por excelência. A quantidade mínima de seda ou lã que contém é suficiente para que os modelos feitos com ele sejam tão belos e caiam tão bem no corpo das elegantes, quantos os antigos vestidos de seda animal ou de pura lã — digo antigos porque a [2ª Guerra Mundial, 1939-1945] guerra os torna cada vez mais raros e mais afastados de nossas possibilidades financeiras (A NOITE ILLUSTRADA, 3 nov. 1942, p. 29).

A modelagem dos maiôs também se sofisticou, adotando recursos que antes eram utilizados apenas em outros tipos de roupas, como recortes, pences, franzidos, drapeados e babados, permitindo modelar, sustentar e interferir na forma do corpo cada vez mais. Os seios ganharam atenção, graças a modelagens que valorizavam suas formas — o que já vinha acontecendo na moda em geral. Quanto aos maiôs de malha de lã ficavam cada vez mais restritos à prática da natação:

No verão ninguém pode passar sem algumas horas de ar livre, o banho de sol e de mar. Os “maillots” de tom unido e “Jersey” preto foram pitorescamente substituídos pelo “maillot” ou “short” de tecido vivamente estampado, como esta linda sugestão apresentada por Ann Shirley (A NOITE ILLUSTRADA, 16 dez. 1938, p. 21).

Os “maillots” de malha ou de jersey, ficaram relegados apenas às horas de real natação. Para o banho de sol, para o “far-niente” das praias, muita fantasia se usa. Aqui temos uma sugestão interessante, realizada em tecido de algodão guarnecido com barras de tom contraste, e casinhas de abelha ajustando o corpete ao talhe (A NOITE ILLUSTRADA, 16 mar. 1943, p. 28).

Para a praia, difundiam-se modelos cada vez mais variados e elaborados. O anúncio da loja *O Camizeiro*, por exemplo, oferecia “maiô sem saia, com meia saia e *godê*” (CORREIO DA MANHÃ, 8 set. 1940, p. 5). Outras opções tinham aspecto bem contemporâneo, parecendo-se com vestidos curtos e decotados ou com conjuntos de short e bustiê. Pantalonas, saias, blusas e shorts também entraram definitivamente para o guarda-roupa, introduzindo um tipo de vestimenta que foi classificada como *esportiva* (O MALHO, 1 fev. 1943, p. 58; idem, 1 dez. 1943, p. 60; CARETA, 6 mar. 1943, p. 20-21) (Figuras 89).

Figuras 89 – Estrelas de Hollywood divulgam a moda esporte, 1943. Pensadas para uso no trajeto de ida e volta à praia e durante a permanência na areia, a roupas esporte se tornaram o figurino característico do dia-a-dia das moças de Copacabana.



(a) *O Malho*, 1 fev. 1943, p. 58.



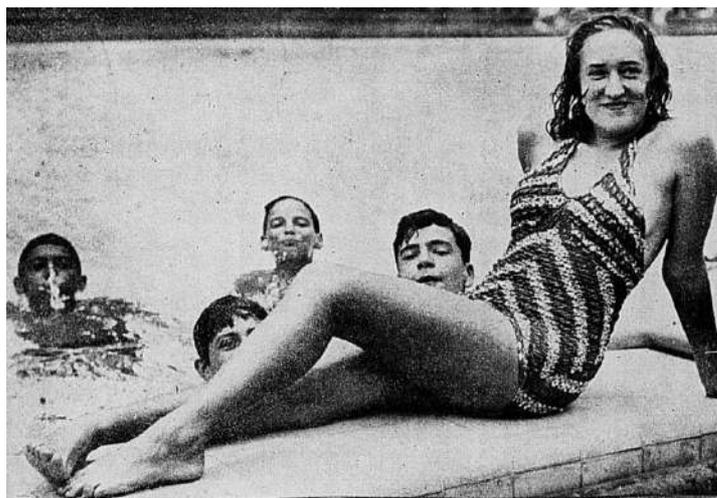
(b) *O Malho*, 1 dez. 1943, p. 60.

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2016.

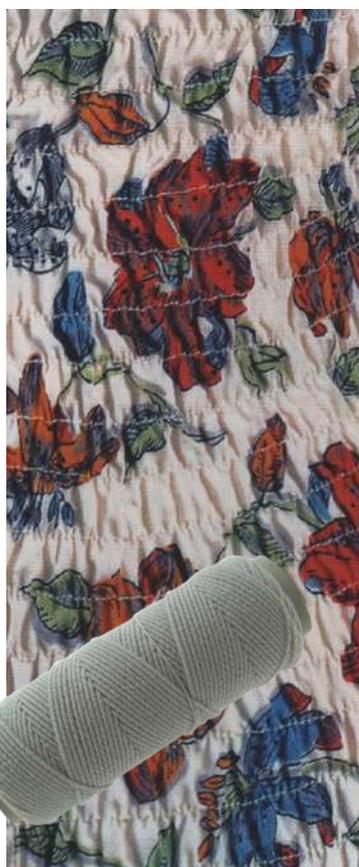
Por fim, merece destaque especial o lançamento do *Lastex*, um fio têxtil produzido com borracha natural amazônica, desenvolvido nos Estados Unidos, para ser utilizado em combinação com fios de outras fibras, na fabricação de tecidos planos com elasticidade. Ele também era encontrado na forma de um fio de borracha mais espesso, totalmente revestido por um entrelaçamento de fios de outras fibras. Nesse formato, o fio de *Lastex* era tensionado e aplicado a um tecido já pronto, formando uma série de costuras retas, paralelas e equidistantes. Conforme tais costuras iam sendo feitas, o fio de *Lastex* se retraía, voltando à seu comprimento original mas trazendo consigo o tecido onde foi aplicado. Assim, adquiria um aspecto bem enrugado, como o tipo de acabamento para roupas conhecido como casa-de-abelha. Através dessa técnica o tecido adquiria elasticidade, distendendo e contraindo de acordo com a tensão que lhe fosse aplicada, o que permitia uma boa aderência (Figura 90). Até hoje essa técnica é utilizada na confecção de vestuário feminino e infantil.

A elasticidade do *Lastex*, incomparável a de qualquer outro fio têxtil existente até então, permitiu a fabricação de maiôs com aderência superior e proporcionou o desenvolvimento de novas soluções estéticas, ergonômicas e construtivas para as roupas de banho. A história do seu desenvolvimento e de seus usos na indústria têxtil e de confecção será analisada na seção a seguir.

Figura 90 – Maiôs com *Lastex*, anos 1930-1940.



(a)



(b)

A aderência proporcionada pelo *Lastex*, seja na forma de linha elástica (a) (b) (c) ou como parte da composição do tecido (d), proporcional maior conforto às peças de banho.

(a) Maiô confeccionado com fio *Lastex* no jornal *Beira-Mar*, 19 nov. 1938, p. 7.

(b) Detalhe da costura feita com fio *Lastex* em intervalos de 2,5 cm.

(c) Carretel com linha *Lastex* revestido com fio de cor branca.

(d) Maiô de tecido com *Lastex* na revista *O Malho*, 1 fev. 1940, p. 56.

(c)



(d)

Quadro 7 – Lista de casas que comercializavam e/ou fabricavam maiôs no Rio de Janeiro, anos 1920 a 1940. Foi mantida a grafia original do nome dos estabelecimentos e de seus proprietários. A grafia dos logradouros foi atualizada, sempre que possível, indicado seu nome atual. Quando citadas nas fontes, foram especificadas as marcas de roupas de banho comercializadas. As informações entre parênteses indicam o nome do periódico, dia, mês e ano em que a informação apareceu pela primeira vez. As siglas ao final de cada item significam: **CC** – casa comercial; **F** – fábrica.

1. À BRAZILEIRA: localizava-se no Largo de São Francisco 38-42 – Centro e comercializava roupas de banho para mulheres, homens e crianças (CARETA, 5 nov. 1921, p. 31; idem, 26 nov. 1921, p. p. 29). **CC**
2. A MODA PARISIENSE: localizava-se na rua da Assembleia 104-D, loja (Edifício Gonçalves) – Centro. Comercializava maiôs de marcas nacionais e da marca norte-americana *Lastex* (CORREIO DA MANHÃ, 13 out. 1946, p. 3). **CC**
3. CALIFÓRNIA: localizava-se na rua Gonçalves Dias 30-A, 5º andar – Centro, em cima da *Galeria das Crianças*. Importava mercadorias dos Estados Unidos, como “originais maiôs *Lastex*”, pijamas para a praia da marca *Norma Shearer*, entre outros artigos (CORREIO DA MANHÃ, 7 dez. 1940, p. 9; idem, 21 dez. 1940, p. 6). **CC**
4. CAMISARIA PROGRESSO: localizava-se na Praça Tiradentes 2 e 4 – Centro (BEIRA-MAR, 22 dez. 1934, p. 16). **CC** (Figura 91)
5. CASA ALLEMÃ: foi fundada em 1883 e se localizava na Praça Marechal Floriano 23 – Centro, região conhecida como Cinelândia (CARETA, 6 ago. 1932, p. 7). Em 1938, possuía loja nas ruas do Ouvidor e Gonçalves Dias – Centro (provavelmente a esquina de confluência das duas ruas). Em 1934, trabalhava com roupas de banho para mulheres, homens e crianças das seguintes marcas: *Forma*, *Miami*, *Lastex*, *Vienna*, *Balnéa* e *Paris*, além de toucas da marca *Phoenix* (BEIRA-MAR, 13 ago. 1938, p. 10; idem, 7 jun. 1941, p. 13; CORREIO DA MANHÃ, 25 dez. 1934, p. 8; DIÁRIO CARIOCA, 27 dez. 1934, p. 7; idem, 17 jan. 1935, p. 5). **CC**
6. CASA ATHLETA: localizava-se na rua República do Peru 77 – Copacabana. Propriedade de Affonso Silva & Welfare (Henry) (ALMANAK LAEMMERT, 1924, v.1, p. 1051 e 1861). **CC**
7. CASA CANADÁ: em 1947 possuía três estabelecimentos, nos seguintes endereços: avenida Rio Branco 138 – Centro; rua Sete de Setembro 110 – Centro, ambos no Rio de Janeiro, e rua Marconi 53, em São Paulo. Comercializava maiôs de *Lastex*, não se sabe se da maraca ou com tecido com *Lastex*, além de peles (CORREIO DA MANHÃ, 11 dez. 1947, p. 7).
8. CASA SANTA CLARA: localizava-se na rua Copacabana (atual avenida Nossa Senhora de Copacabana 697, esquina com a rua Santa Clara – Copacabana. Propriedade dos irmãos Cavalcante (BEIRA-MAR, 19 nov. 1938, p. 5). **CC**
9. CASA BARBOSA: localizava-se no Largo do Machado 3, tel.: 25-0236. Comercializava sedas e “roupas de banho de todos os fabricantes” (BEIRA-MAR, 23 nov. 1931, p. 2). **CC**
10. CASA COLOMBO: fundada em 1893, localizava-se no lado ímpar da Avenida Central 111-115, atual Rio Branco, esquina com a rua do Ouvidor – Centro. Foi a primeira casa comercial a abrir nessa avenida e a primeira a ter uma seção especializada em crianças. O magazine era propriedade do comerciante cearense, radicado no Rio de Janeiro, Antonio Portella (1857-1926), dono também da loja *Torre Eiffel*, na rua do Ouvidor (WIKIPEDIA, Carlos Inglês de Sousa, 2015). Para praia e banhos de mar a *Casa Colombo* oferecia modelos “práticos e elegantes” de roupas, toucas, salva-vidas, calçados, capas, peignoirs e toalhas (DOU, 30 maio 1908; CARETA, 17 jan. 1920, p. 2; idem, 19 fev. 1920, p. 2; idem, 27 nov. 1920, p. 2; idem, 12 mar. 1921, p. 2; idem, 1 out. 1921, p. 2; idem, 3 mar. 1922, p. 2; idem, 7 out. 1922, p. 2; idem, 17 fev. 1923, p. 2). **CC**

Figura 91 – Anúncio da Camisaria Progresso, 1936.

BEIRA-MAR — 7/11/1936



# Maillots

*Inigualáveis pela  
distinção e elegância*



**CAMISARIA PROGRESSO**  
PRAÇA TIRADENTES-244

*Todos os modelos,  
de todas as procedencias  
e fabricantes*

**TOLCAS  
SAPATOS  
MAILLOTS  
CALÇÕES  
SUNGAS  
MACACÕES  
BOIAS  
ROUPÕES  
ARTIGOS DE BORRACHA**

**NEPTUNO  
VENCEDOR  
CONFIANÇA  
ONDINA  
KLEINERTS  
BOREAL**

AT. SEJH  
CLICHE BEIRA-MAR

11. CASA DOS TRÊS IRMÃOS: localizava-se na rua Copacabana 600 – Copacabana, atual Avenida Nossa Senhora de Copacabana, tel.: 7-5865, propriedade de Abrão Andraus & Irmãos. Era uma loja de tecidos de seda, que funcionava como depósito de fábrica da tecelagem de mesmo nome e propriedade. Em seu anúncio de página inteira, oferecia “sedas para pijamas de praia e jersey para maillot de seda” (BEIRA-MAR, 3 mar. 1934, p. 112). Provavelmente foi uma pioneira na fabricação de seda e tecidos de seda, pois se intitulava “a primeira da América do Sul”. Era uma empresa com fábricas e matriz em São Paulo, com estrutura de caráter horizontal, pois o negócio envolvia “desde a plantação da amoreira, o precioso elemento do bichinho que nos dá a preciosa seda, selecionamento de óvulos, criação do bicho, fiação, tecelagem, tinturaria, estamparia, acabamento, até a colocação direta ao consumidor, em todos os centros do país” (O MALHO, 20 jul. 1929, p. 43). **CC**
12. CASA IPANEMA: localizava-se na rua Visconde de Pirajá 98-A – Ipanema, tel.: 7-0480. Comercializava “artigos para banho de mar”, além de chapéus, meias, carteiras e armarinho (BEIRA-MAR, 24 nov. 1934, p. 7). **CC**
13. CASA MME. AMORIM: localizava-se na Avenida Nossa Senhora de Copacabana 580, tel.: 27-1550. Comercializava tecidos como sedas, linhos e algodões, roupas de banho, artigos de cama e mesa e confecções para crianças (BEIRA-MAR, 1 jan. 1943, p. 5). **CC**
14. CASA MME. MARY: localizavam-se na avenida [Nossa Senhora de] Copacabana 1187-A, tel.: 27-7563 – Copacabana, e foi inaugurada no ano anterior. Em 1944, trabalhava com maiôs *Lastex* importados dos Estados Unidos e maiôs de lã (CORREIO DA MANHÃ, 18 jan. 1944, p. 6). **CC**
15. CASA RENÉ: localizavam-se na avenida Rio Branco 171 [antiga avenida Central], tel.: 22-0137 – Centro. Não possuía filiais. Em 1936, trabalhava com “grande sortimento de roupas para banho *Lastex* – nacionais e estrangeiras” (DIÁRIO DA NOITE, 26 dez. P. 7). **CC**
16. CASA SPANDER: localizava-se na rua do Ourives 29 – Centro, atual Miguel Couto, tel. 3822 Norte, fundada e dirigida por Antonio de Magalhães Bastos, Augusto Alberto Teixeira e João de Araújo da firma *A.M. Bastos & C.* O primeiro trabalhou como gerente e interessado na *Casa Sportsman* por doze anos e os demais foram auxiliares no mesmo estabelecimento. Fundada em 16 de setembro de 1922 (O MALHO, 23 set. 1922). Em 1926 ampliam a loja e passam a dispor de uma segunda entrada, voltada para a rua Buenos Aires 75, endereço telegráfico SPANDER – RIO. Anunciam que são depositários [representantes] dos *maillots* de banho da marca norte-americana *Pfister* (O MALHO, 16 out. 1926). Trabalha com “roupas de banho dos melhores fabricantes nacionais e estrangeiros. Venda por atacado e varejo” (ALMANAK LAEMMERT, v. 1, 1926, p. 831). Comercializa “artigos para banho de mar, chapéus de sol e barracas para a praia” (BEIRA-MAR, 12 jan. 1930, p. 5). Em 1953 produzia catálogos de distribuição gratuito para vendas, que poderiam ser feitas por reembolso postal. O novo endereço era rua Buenos Aires 120 – Centro, tel.: 52-7992 (O MALHO, 1 jun. 1953). **CC** (Figura 92)
17. CASA SPORTSMAN: localizava-se na rua dos Ourives 25 – Centro, atual rua Miguel Couto, no Centro propriedade de M. Mattos. Em 1917 ganha uma filial na Avenida Central 52 – Centro, atual Avenida Rio Branco (CARETA, 2 dez. 1916). Em 1922 aparece como propriedade de M. Dantas (CARETA, 28 out. 1922) e, em 1924, como de Raul Campos, que mantém a loja na rua do Ourives 25 e 27 – Centro (CARETA, 15 mar. 1924; ALMANAK LAEMMERT, 1924, p. 916). **CC**
18. CASA VIEIRA NUNES: localizava-se na Avenida Rio Branco 142 – Centro, intitulava-se “o grande empório de roupas para banhos de mar”, oferecendo um “completo sortimento de maillots para senhoras, homens e crianças”, podendo confeccionar “sob medida qualquer modelo”. Dá destaque no anúncio ao *maillot* da marca *Vencedor*, “o melhor *maillot* e natação” (BEIRA-MAR, 29 out. 1932, p. 38). **CC**
19. ESPERANÇA DO BRASIL: localizava-se na rua da Carioca 52 – Centro, comercializava uma variedade de tipos de roupas de banho masculinas e femininas, como “camisas, calções, sungas, cintos, roupões e maillots” (BEIRA-MAR, 25 jan. 1931, p. 5). **CC**

Figura 92 – Reportagem sobre a inauguração da *Casa Spander*, 1922.

## O Malho

### A INAUGURAÇÃO DA CASA SPANDER

O Rio, apesar de ser uma cidade de *sportmen*, não tinha uma casa que, verdadeiramente, pudesse servir a essa grande classe. Assim, uma ou duas se notava, mas que não preenchiam incondicionalmente os seus fins.

A Casa Spander, inaugurada a 16 do corrente, veio, sem duvida, preencher essa lacuna, pois está apta a servir a qualquer *sportman* no que diz respeito ao Football, Law-Tennis, Regatas, Cyclismo, Patins, Roupas de Banho, Apparelhos de Gymnastica e cultura Physica.



Fachada principal da Casa Spander, vendo-se na porta o socio Sr. Antonio M. Bastos.

Além disso, tem também uma boa secção de calçados para homens, senhoras e creanças. A Casa Spander, á rua dos Ourives, 29, telephone 3822 Norte, foi fundada e é dirigida pelos Srs. Antonio de Magalhães Bastos, Augusto Alberto Teixeira e João José de Araujo, que constituem a firma A. M. Bastos. & C., e foram antigos auxiliares da Casa Sportman, tendo o socio Sr. Magalhães Bastos trabalhado na casa como gerente e interessado cerca de doze annos, muito tendo collaborado para o desenvolvimento dessa antiga casa.



Interior da casa Spander, por ocasião de sua inauguração.

20. LOJAS SIDNEY: localizava-se na rua Júlio de Castilhos 15-C – Copacabana, próximo ao Posto 6, tel. 27-6700. Comercializava “roupas para banho, modas e novidades, dispondo de “atelier” próprio, a cargo de pessoa competentíssima”. Seus proprietários eram Domingos Gomes Morgado e Alberto Fonseca. Trabalhava com maiôs da marca nacional *Confiança* (BEIRA-MAR, 15 ago. 1936, p. 2). **CC**
21. LUVARIA E GALERIAS GOMES: localizavam-se na rua Ramalho Ortigão 38 e na rua do Ouvidor 185 – Centro. Entre outros produtos, comercializava artigos de praia, como maiôs e sapatos de rafia e de borracha “segundo os últimos figurinos” (JORNAL DAS MOÇAS, 14 set. 1939, p. 66). **CC** (Figuras 93)
22. MAGAZIN SEGADAES: localizavam-se na rua Uruguaiana 23-25 – Centro, próximo à rua Sete de Setembro. Em sua “seção de banho”, trabalhava com as marcas *Venus, Wispo, Forma, Vencedor, Neptuno* e *Goldfish* (A NOITE, 19 jan. 1939, p. 3). **CC**
23. MALHARIA CONFIANÇA LTDA.: fabricante e revendedora de seus próprios artigos. Em 1953, fabricava maiôs de *Lastex* (A NOITE SUPLEMENTO, 13 out. 1953, p. 24). **F**
24. MALHARIA FELGROS: localizava-se na rua do Matoso, 125 (ou 175) – Praça da Bandeira/Rio Comprido, da firma *Felippe Grosman*, com casas em Paris e Rio de Janeiro. Produzia artigos de malha, mas sua especialidade são as roupas de banho (O MALHO, 20 jul. 1929). **F**

*[...] figurinos, recebidos diretamente de Paris, são aqui imediatamente confeccionados. E é de admirar a padronagem e o perfeito acabamento das roupas de banho marca Felgros, que são encontradas à venda em todas as casas de primeira ordem, competindo com grandes vantagens com suas similares estrangeiras* (O MALHO, 20 jul. 1929).

25. O CAMIZEIRO: localizava-se na rua da Assembleia 28-30 – Centro. Vendia artigos de borracha para banhos de mar da marca *Miller*<sup>30</sup>, como sapatos, toucas, cintos e boias para praia. (BEIRA-MAR, 20 dez. 1926, p. 7). Em 1930, sua loja crescera, abrangendo agora os números 28-30-32 da rua da Assembleia, e anunciava a opção de venda por catálogo, que podia ser pedidos pelo telefone 2-1916 e entregue em domicílio (BEIRA-MAR, 16 fev. 1930, p. 3). Em 1939, a loja ampliou suas instalações novamente, ocupando o endereço rua da Assembleia 28-30-32-34. Seus anúncios traziam em destaque a foto de uma modelo com maiô da marca *Van Cloque*, confeccionados com tecido *Lastex*. A venda por catálogos continuava e a empresa se intitulava “*leader* das roupas de banho” (A NOITE SUPLEMENTO, 22 dez. 1939, p. 51; BEIRA-MAR, 23 dez. 1939, p. 7; CORREIO DA MANHÃ, 17 dez. 1939, p. 5). Em 1940, anunciava como “a última novidade das praias” o maiô de “setim de seda *Lastex*” (A NOITE SUPLEMENTO, 8 fev. 1940, p. 23). A loja também trabalhava com maiôs das marcas estrangeiras *Outwear U.S.A.* e *Riplay Knit-To-Fit*, fabricados com *Lastex*, além das nacionais *Vencedor* e *Neptuno* (CORREIO DA MANHÃ, 8 set. 1940, p. 5). Em 1945, a loja voltou a ocupar apenas os números 28 a 32 da rua da Assembleia e oferecia maiôs de “seda *Lastex*, malha de lã, seda *Coclê*<sup>31</sup>”, além das tradicionais marcas *Vencedor* e *Neptuno* (A NOITE SUPLEMENTO, 14 nov. 1944, p. 9). Em 1955, O *Camizeiro* foi patrocinador das “tradicionalis ‘LOUCURAS DE MAIO’” e da última edição de *Beira-Mar*<sup>32</sup>, em formato revista, que alternava conteúdos editoriais com plubieditoriais da loja (BEIRA-MAR, abril. 1955, p. 2 e 3). **CC** (Figuras 93)

*Quem não se lembra do tempo em que O Camizeiro enterrava presentes nas areias de Copacabana? Como fervia a praia, com meia população do Rio*

<sup>30</sup> É provável que tenha havido um erro tipográfico no anúncio da loja *O Camizeiro* (BEIRA-MAR, 20 dez. 1926, p. 9). Onde se lê “Ruqber [sic] – Goods” deveria ser “Rubber – Goods”, pois os artigos *Miller* a que essa expressão se refere são produtos de borracha, como toucas e sapatos de banho, fabricados pela empresa norte-americana *Miller* nos anos 1920 (SKABEC, 2014, p. 64; PRICE, 2015, p., 89-90). Ideia que é reforçada pelo tema da propaganda — roupas de banho — e pela ilustração.

<sup>31</sup> Conhecido como *coclê, cloquê, cloqué* ou *clox*, é um tecido com pequenas irregularidades na superfície e aspecto enrugado. Fonte: Encyclopédia of Textiles, 1960 apud Creative Commons, 2015.

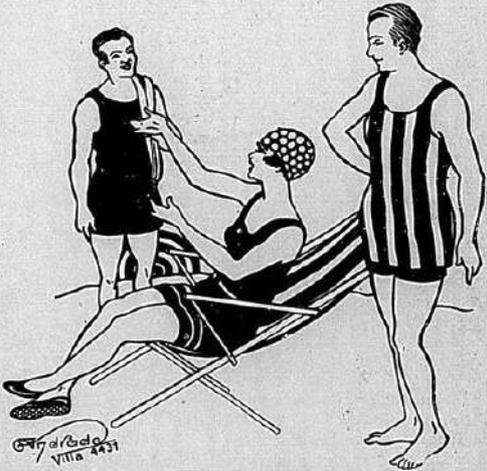
<sup>32</sup> Na edição de 21 de dezembro de 1940, o jornal *Beira-Mar* torna-se uma revista.

esgaravatando a areia! Valia a pena, porquanto não se tratava de promessa de político — havia, realmente, mercadorias, milhares de cruzeiros de mercadorias escondidas na areia. O modo, a hora, eram verdadeiros enigmas — certa era que, pela manhã, lá estava o povo, fossando e encontrando coisas! Gastão Lamounier (BEIRA-MAR, abr. 1955, p. 3).

Figuras 93 – Anúncios de maiôs das casas O Camizeiro, 1926, e Luvaria Gomes, 1939.

ROUPAS PARA BANHO

Artigos  
Miller  
<Rubber - Goods>  
Sapatos  
Toucas  
Cintos  
Boias  
O melhor  
sortimento



Verdadeiros Presentes

**◉ CAMIZEIRO ◉**

28 / 30 ASSEMBLE'A

(a)

(a) Antes de ser empregada na fabricação de tecidos, a borracha já era largamente utilizada como matéria-prima de acessórios de praia impermeáveis, como toucas, sapatos, cintos e boias. Anúncio d'O Camizeiro, jornal *Beira-Mar*, 20 dez. 1926, p. 7.

(b) O "it" brasileiro, proporcionado pelos usos dos belos maiôs em "stock", os exemplos de anglicismos do texto publicitário demonstram que a influência norte-americana na moda praia já se fazia presente, contribuindo na difusão do *american way of life*, e dividindo atenções com a consagrada moda francesa. Anúncio da *Luvaria e Galerias Gomes*, *Jornal das Moças*, 14 set. 1939, p. 66.

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Maillots  
que têm  
"QUE" ...



O Verão se aproxima, com seus dias cheios de sol e suas praias repletas de pequenas bonitas. Antecedendo o Verão, as Galerias Gomes vêm de receber um stock completo de maillots, sapatos de rafia e de borracha e artigos para praia, em geral, segundo os últimos figurinos para a alegre estação que se inicia. Faça uma visita às Galerias Gomes e escolha um maillot que tenha "que" — o tropicalíssimo "it" brasileiro ...

**LUVARIA E GALERIAS GOMES**

RAMALHO ORTIGÃO, 38 • OUVIDOR, 185

(b)

26. O CRUZEIRO: “A maior camisaria do Rio!” localizava-se na esquina das ruas da Assembleia 20-24 e do Carmo 16-20 – Centro. Comercializava roupas para banhos de mar de mulheres, homens e crianças, além de “sombrieros para praia” em “padrões modernos”. Um maillot de senhora em malha dupla custava 14\$800 e um guarda-sol 39\$800 (BEIRA-MAR, 23 dez. 1939, p. 7). **CC**
27. PARC ROYAL: grande loja que funcionou entre 1873 e 1943. Começou como um pequeno armário no Largo de São Francisco 12, no trecho entre a rua dos Andradas e o Beco do Rosário – Centro. A partir de 1883, se expandiu e em poucos anos já ocupava também os números 8, 10 e 14 da mesma rua. Em 1905, abriu uma filial na recém-inaugurada Avenida Central 130-132 – Centro, atual Rio Branco, novo endereço do comércio de primeira linha da capital federal, ocupando toda a térrea do prédio do jornal *O Paiz*. O êxito da empresa levou-a a construir uma nova sede no Largo de São Francisco, inaugurada em fevereiro de 1911, para onde suas primeiras lojas foram transferidas. Localizava-se agora na Travessa São Francisco de Paula, atual rua Ramalho Ortigão (uma alusão aos donos do *Parc Royal*), entre as ruas do Teatro e 7 de Setembro, ao lado da igreja de São Francisco. Intitulava-se “a maior e melhor casa do Brasil”, comercializando roupas femininas, masculinas e infantis. Muitas de suas propagandas foram dedicadas exclusivamente às roupas e acessórios de banho de mar, incluindo sugestões em tecidos mais sofisticados, como o tafetá de seda e o cetim impermeável. O fato de serem produtos “importados do estrangeiro” ou “modelos americanos” merecia destaque em muitas de suas publicidades, até por que a empresa tinha um escritório em Paris responsável pelas compras e envio das mercadorias importadas. Mesmo assim, também produzia roupas em suas oficinas internas. *Parc Royal* foi uma das primeiras lojas cariocas a adotar estratégias de negócios características dos famosos magazines ingleses, franceses e norte americanos. São exemplos a divisão das mercadorias por seções especializadas, a adoção de preços fixos, a exposição das mercadorias de modo bem cuidado e a utilização de recursos para prolongar o tempo de permanência do cliente na loja, como um salão de chá dentro de suas dependências e espetáculos musicais. É digno de nota o trabalho do ilustrador e designer Manuel de Mora para a publicidade da casa, cuja qualidade se destacava em relação à da concorrência. O magazine também produzia catálogos, voltados em especial para os consumidores do interior, que podiam recebê-los em casa gratuitamente, e também havia filiais nas cidades mineiras de Belo Horizonte e Juiz de fora. Em 1943 o *Parc Royal* fechou suas portas, após a loja do Largo de São Francisco ser totalmente destruída por um grande incêndio (REVISTA DA SEMANA, 26 fev. 1921, p. 9; FROU FROU, dez. 1923; GORBERG, 2013, p. 24, 25, 37, 38, 45, 112-113, 116 e 119). **CC**
28. SEARS: A *Sears Roebuck S.A. Comércio e Indústria* era filial carioca de um grande magazine norte-americano, famoso pelas vendas por catálogo, que existe desde 1886. A partir de 1942 abriu lojas e escritórios comerciais fora dos Estados Unidos, na Europa e nas Américas Central e do Sul. A famosa loja de departamentos comercializava artigos variados para mulheres, homens e crianças. Atualmente integra o grupo *Sears Holdings Corporation* (SEARS HOLDINGS, 2015). A filial carioca foi inaugurada em 1949 (ERMAKOFF, 2008) e encerrou suas atividades no final dos anos 1980. Ocupava um prédio inteiro, de esquina, na Praia de Botafogo 400 – Botafogo, que atualmente é ocupado pelo *Botafogo Praia Shopping* (A MANHÃ, 23 out. 1949, p. 11). **CC**
29. TRICOTAGEM GUANABARA: localizava-se na rua de Sant’Anna 83 – Centro, tel. 4-1555, integrando a firma *Mario & Barros*, mas em 1936 situava-se na rua dos Araújo 20 – Tijuca, tel. 28-6617. Atendia a pedidos de “todo o Rio de Janeiro e até de todo os Brasil”. Parece que vendia apenas para lojistas. A Lojas Sidney vendia artigos dessa empresa, mas cita de maiôs e sim o que chama de “roupas de agasalho” de tricô, confeccionadas com “malhas em seda, lã e algodão”. Em 1936, seu proprietário chamava-se Mario Wofsy (A NOITE ILLUSTRADA, 12 abr. 1933, p. 6; BEIRA-MAR, 15 ago. 1936, p. 2). **CC, F**
30. VENCEDOR: era fábrica de maiôs e produzia a própria malha (BEIRA-MAR, 10 out. 1936). **F** (Figura 94)

Figura 94 – Anúncio dos maiôs *Vencedor*, 1936.

Se estas garotas americanas conhecessem as praias cariocas!... Como ficariam mais bonitas ainda! Forçosamente adeririam ao "Vencedor" que, indubitavelmente, na graça da forma e na perfeição da malharia bateu qualquer maillot do mundo. E como não ser assim? Se temos as mais bellas praias do Universo, é natural que a industria da nossa terra, para servir ao banho,

tenha attingido o mais alto grão de perfeição, e um alto serviço de beleza.

**EM TODAS AS PRAIAS**  
**VENCEDOR**  
**É O MAILLOT VENCEDOR!...**

A MAIOR E MELHOR FABRICA DA AMERICA DO SUL

(Este cliché foi confeccionado nas officinas da "Vida Domestica", e publicado no seu numero de outubro).

A marca *Vencedor* era nacional, mas os produtos exibidos na sua propaganda eram norte-americanos — é o que diz o texto — provavelmente modelos importados, copiados pela empresa e/ou escolhidos aleatoriamente para ilustrar o anúncio. Este foi produzido pelas oficinas da revista *A Vida Doméstica* e publicado em outubro do mesmo ano. Vale lembrar que as editoras de revista brasileiras ainda não investiam na produção de suas próprias fotografias de moda, talvez pela falta de profissionais locais com expertise nesse trabalho.

Quadro 8 – Lista das marcas de roupas e acessórios de banho estrangeiras com representação e/ou licenciamento para fabricação no Brasil.

1. **FORMA:** como era mais conhecida no Brasil a marca de roupas de banho *Forma-Fabrik Eugen Doertenbach*, comercializada pela *Casa Allemã* e pelo *Magazin Segadaes* (CORREIO DA MANHÃ, 25 dez. 1934, p. 8; DIÁRIO CARIOCA, 27 dez. 1934, p. 7; idem, 17 jan. 1935, p. 5). Origem: Colônia, Alemanha.
2. **GOLDFISH:** (A NOITE, 19 jan. 1939, p. 3). Origem provável: Colônia, Alemanha.
3. **JANTZEN:** marca de roupas de banho masculinas e femininas fundada em 1910 por Carl Jantzen e Roy John Zehntbauer na cidade norte-americana de Portland, estado do Oregon. Começou produzindo trajes para um time de remo e, em pouco tempo, suas roupas de banho se tornaram populares entre os nadadores. Em 1918, mudou seu nome original, *Portland Knitting Company*, para *Jantzen Knitting Mills*. Sua marca registrada é o emblemático símbolo da mergulhadora de maiô vermelho. Nos anos 1920 as vendas se ampliaram para a Europa, Américas e Ásia, chegando a ter fábricas subsidiárias na Inglaterra, Austrália e Argentina, sendo que esta foi fundada em 1934. Assim como na França, Itália e Espanha, no Brasil havia uma empresa licenciada para fabricar os trajes de banho que, junto com a Argentina, atendia aos mercados do Paraguai e Uruguai. O pedido de registro da marca no *Jantzen* no Brasil (n. 1.800) foi encaminhado pela *Jantzen Knitting Mills* em 1931 e obtido no dia em 26 de setembro de 1932, de acordo com publicação no Diário Oficial da União (DOU) de 28 de setembro de 1932. Desde os primeiros anos, os produtos Jantzen se destacaram pela qualidade superior do tecido, mais durável e aderente, suas modelagens originais e pela cartela de cores variada. Em seus anúncios afirmava ser “o *maillot* que facilita a natação” e seu agente geral no Brasil era *Nelson & Cia.*, de São Paulo, caixa postal 1632. Mostruários de cores podiam ser pedidos pelo correio e enviados gratuitamente, e seus catálogos também, mediante o preenchimento de um cupom impresso em seus anúncios, publicados em revistas como *Careta*. Nessa década foram introduzidos tecidos mistos, com fios de borracha — chamado *Lastex* —, rayon, seda e algodão em sua composição (CARETA, 29 nov. 1930, p. 43; idem, 27 dez. 1930, p. 43; idem, 10 jan. 1931, p. 5; idem, 17 jul. 1931, p. 43; idem, 7 nov. 1931, p. 5; idem, 5 dez. 1931, p. 5; idem, 9 jan. 1932, p. 5). Na propaganda de maio de 1938 a novidade era “o *maillot* modelador”, em tecido especial, que não alargava e nem encolhia. Afirmava ser “a primazia nas praias mais famosas do mundo” e mostrava o modelo 340, chamado de “Half and half”, algo como meio a meio, confeccionado em tecido “Kava-Knit”, com “alças reguláveis” que podiam “ser usadas cruzadas ou direitas” (BEIRA-MAR, 7 maio 1938, p. 3). Na revista *Beira-Mar* de abril de 1955 aparece uma propaganda dos *maillots Jantzen* em página inteira, com o slogan “Jantzen: Nada Melhor”, oferecia *maillots*, shorts, camisas e calções, dispondo de 65 modelos confeccionados em “tecidos *Lastex* americanos”, o que refletia a diversificação dos produtos da marca, implementada nos Estados Unidos ainda nos anos 1940. A marca se manteve na ativa nas décadas subseqüentes e em 2002 foi comprada pela *Perry Ellis International*, mantendo-se até hoje no mercado (DOU, 28 mar. 1930, p. 6588; BEIRA-MAR, 4 jun. 1938, p. 3; idem, abr. 1955, p. 2; FALCOFF, DOLKART, 1975, p. 72; JANTZEN KNITTING MILLS INC., 1948, p. 12-13; JANTZEN, 2015). Origem: Portland, Oregon, EUA. (Figura 95)
4. **LASTEX:** as roupas de banho e os tecidos com fio elástico de borracha natural chamado *Lastex* eram fabricados pela *Pirelli-Revere Società Italo-Americana Fila Elastico*, pertencente à *Società Pirelli* e à *U.S. Rubber Company* (BERGAMASCHIO,



Figura 95 – Anúncio dos maiôs Jantzen, 1938.

Fonte: Beira-Mar, 7 maio 1938, p. 3/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

- 2011, p. 184). Os seguintes estabelecimentos comercializavam maiôs de tecido *Lastex*, embora não tenha sido possível precisar se eram peças norte-americanas originais da marca *Lastex* ou de outras marcas importadas ou nacionais que utilizavam os tecidos da marca *Lastex* na fabricação de suas roupas de banho. Ou ainda, se eram produtos de marcas nacionais ou importadas fabricados com tecidos semelhantes, mas não originais: *A Moda Parisiense*, *Casa Allemã*, *O Camizeiro*, *Canadá*, *Malharia Confiança Ltda.*, *Casa Mme. Mary*, *Casa René*, *Califórnia* (A MANHÃ, 23 out. 1949, p. 11; CORREIO DA MANHÃ, 25 dez. 1934, p. 8; idem, 17 dez. 1939, p. 5; idem, 7 dez. 1940, p. 9; idem, 21 dez. 1940, p. 6; idem, 18 jan. 1944, p. 6; idem, 13 out. 1946, p. 3; DIÁRIO CARIOCA, 27 dez. 1934, p. 7; idem, 17 jan. 1935, p. 5; A NOITE SUPLEMENTO, 22 dez. 1939, p. 51; idem, 8 fev. 1940, p. 23; idem, 14 nov. 1944, p. 9; DIÁRIO DA NOITE, 26 dez. 1936, p. 7). A casas *Mme. D’Orsi* (CORREIO DA MANHÃ, 18 ago. 1934, p. 5) e *Casa Mme. Sara* (JB, 12 out. 1935, p. 31) comercializavam tecidos e eaviamentos da marca. Origem: EUA, até 1945. A partir desse ano passou a ser fabricado no Rio de Janeiro, BRASIL pela *Lastex do Brasil S.A* (DOU, 15 jun. 1945, p. 10684-10685).
5. MILLER: acessórios de borracha para banhos de mar e natação, como toucas e sapatos, comercializados pela loja *O Camizeiro* (BEIRA-MAR, 20 dez. 1926; DIÁRIO CARIOCA, 17 jan. 1935, p. 5). Origem: São Francisco, Califórnia, EUA.
  6. OUTWEAR U.S.A.: fabricante de maiôs de *Lastex* comercializados pela loja *O Camizeiro* (CORREIO DA MANHÃ, 8 set. 1940, p. 5). Origem: EUA.
  7. PFISTER: Marca representada pela *Casa Spander* (O MALHO, 16 out. 1926). Foi fundada em 1877 por John Jacob Pfister (1843-1921), imigrante suíço e pioneiro da indústria de malharia na região de São Francisco, de grande importância entre os anos 1880 e 1950 nos Estados Unidos. Produzia uma extensa lista de produtos de malharia, como lingerie, uniformes esportivos e meias, com destaque para roupas de banho, *sweaters* e *jerseys*, “usados pelos mais notáveis californianos”. Sua fábrica se localizava na 1410 [ou 410] *Polk Street* com *McAllister*, atual *Civic Center*. Posteriormente abriu uma loja de varejo na 60 *Geary Street*, no Centro de São Francisco, onde vendia peças fora de linha pelo sistema de pronta-entrega e atendia pedidos sob encomenda. Em 1906, a fábrica, a loja e sua própria residência foram totalmente destruídos por um terremoto seguido de incêndio. Em alguns meses uma nova fábrica foi erguida, em 2601, 8th Street, em West Bekerley, e, em 1908, uma nova loja em 739 *Market Street*. A empresa funcionou até 1921, quando Jacob faleceu. Em 1924 o estoque remanescente foi comprado por outra empresa e posto à venda em 22 de dezembro de 1924 (BLAKE, 1911, p. p182; FAMSF, 2015; THOMPSON, 2008). Possivelmente, as peças anunciadas pela *Casa Spander* em 1926 faziam parte desses estoques. Origem: São Francisco, Califórnia, EUA.
  8. PHOENIX: acessórios de borracha para banhos de mar e natação, como “toucas e sapatos de escama”, comercializados pela loja *Notre Dame de Paris* (CARETA, 26 out. 1929, p. 12; DIÁRIO CARIOCA, 17 jan. 1935, p. 5; PRICE, 2015, p. 89). Origem: EUA.
  9. RIPLAY, *KNIT-TO-FIT*.: fabricante de maiôs de *Lastex* comercializados pela loja *O Camizeiro* (CORREIO DA MANHÃ, 8 set. 1940, p. 5). Origem: Canadá.
  10. VAN CLOQUE: seus maiôs eram comercializados pela loja *O Camizeiro*, localizada na rua da Assembleia 28 a 34 – Centro. Em 1939, eram confeccionados com tecido *Lastex*. Origem: desconhecida (A NOITE SUPLEMENTO, 22 dez. 1939, p. 51; BEIRA-MAR, 23 dez. 1939, p. 7; CORREIO DA MANHÃ, 17 dez. 1939, p. 5).

Figura 96 – Estande da *Malharia Felgros* na *Feira de Amostras*, Rio de Janeiro, 1929.



O mostruário da Malharia Felgros, da firma Felipe Grosman, com casas em Paris e no Rio, tem sido um dos mais commentados da Fe'ra de Amostras, pela originalidade da apresentação de seus excellentes artigos de malha — com especialidade roupas de banho — por intermedio de figuras ha pouco postas na maior evidencia entrê nós... No seu stand, a firma Felipe Grosman expõe os ultimos modelos de artigos de sua especialidade, cujos figurinos, recebidos directamente de Paris, são aqui immediatamente confeccionados. E é de admirar a padronagem e o perfeito acabamento das roupas de banho marca "Felgros", que são encontradas á venda em todas as casas de primeira ordem, competindo com grandes vantagens com suas s'milares estrangeiras.

Segundo Felipe Grosman, proprietário da *Felgros*, os modelos fabricados pela empresa eram desenvolvidos a partir de figurinos recebidos diretamente de Paris. O fato de serem reproduzidos "imediatamente" ao chegarem ao Brasil reforçava a ideia de eram modelos atuais e a garantia que acompanhavam as modas mais recentes. Ele também destacou a qualidade do produto, como equiparável às melhores marcas internacionais, o que denota o prestígio que os produtos importados tinham em relação aos nacionais. Ainda levaria algumas décadas para que a moda praia carioca se notabilizasse por sua originalidade.

Quadro 9 – Lista das marcas nacionais com representação e/ou licenciamento no Brasil.

1. BALNÉA: maiôs (CORREIO DA MANHÃ, 25 dez. 1934, p. 8; DIÁRIO CARIOCA, 27 dez. 1934, p. 7; idem, 17 jan. 1935, p. 5).
  2. CONFIANÇA: maiôs. A marca era fabricada pela *Malharia Confiança Ltda.* De acordo com o anúncio é “o maillot que as elegantes de Copacabana procuram”. Em 1953 fabricava maiôs de Lastex e revendia para as “melhores casas do ramo” (A NOITE SUPLEMENTO, 13 out. 1953, p. 24; BEIRA-MAR, 26 out. 1935, p. 100).
  3. MALHARIA FELGROS: maiôs. Origem: Rio de Janeiro (O MALHO, 20 jul. 1929). (Figura 96)
  4. MIAMI: maiôs (CORREIO DA MANHÃ, 25 dez. 1934, p. 8; DIÁRIO CARIOCA, 27 dez. 1934, p. 7; idem, 17 jan. 1935, p. 5).
  5. NEPTUNO: maiôs (A NOITE, 19 jan. 1939, p. 3).
  6. PARIS: maiôs (CORREIO DA MANHÃ, 25 dez. 1934, p. 8; DIÁRIO CARIOCA, 27 dez. 1934, p. 7).
  7. TRICOTAGEM GUANABARA: localizava-se na rua de Sant’Anna 83 – Centro, tel. 4-1555, integrando a firma *Mario & Barros*, mas em 1936 situava-se na rua dos Araújo 20 – Tijuca, tel. 28-6617. Atendia a pedidos de “todo o Rio de Janeiro e até de todo os Brasil”. Parece que vendia apenas para lojistas. A *Lojas Sidney* vendia artigos dessa empresa, mas cita de maiôs e sim o que chama de “roupas de agasalho” de tricô, confeccionadas com “malhas em seda, lã e algodão”. Em 1936, seu proprietário chamava-se Mario Wofsy (A NOITE ILLUSTRADA, 12 abr. 1933, p. 6; BEIRA-MAR, 15 ago. 1936, p. 2).
  8. VALISÈRE: maiôs, lingerie e blusas. Origem: São Paulo. Filial brasileira da fábrica francesa de lingerie *Valisère*, ligada à *Companhia Rodhiaceta Brasileira*. Não possuía lojas próprias, sendo comercializada em estabelecimentos de terceiros (A NOITE, 12 nov. 1938, p. 4).
  9. VENCEDOR: maiôs. Origem: Rio de Janeiro (provavelmente). Comercializados pela *Casa Vieira Nunes* (BEIRA-MAR, 29 out. 1932, p. 38; O MALHO, 27 dez. 1934, p. 44). No anúncio de outubro de 1936 oferecia o maiô do tipo “Modelador” (BEIRA-MAR, 10 out. 1936, p. 2). Intitulava-se “a maior e melhor fábrica da América do Sul”, que “na graça da forma e na perfeição da malharia bateu qualquer maiô do mundo” (BEIRA-MAR, 7 nov. 1936, p. 59). Já na propaganda de 1937 oferecia a novidade dos maiôs estampados. As peças da marca eram vendidas em todo o país. Em 1940 era comercializada por *O Camizeiro* (BEIRA-MAR, 15 nov. 1937, p. 48; CORREIO DA MANHÃ, 8 set. 1940, p. 5). (Figura 93)
- Se temos as mais belas praias do Universo, é natural que a indústria da nossa terra, para servir ao banho, tenha atingido o mais alto grau de perfeição, e um alto serviço de beleza* (BEIRA-MAR, 7 nov. 1936, p. 59).
10. VIENNA: maiôs (CORREIO DA MANHÃ, 25 dez. 1934, p. 8; DIÁRIO CARIOCA, 27 dez. 1934, p. 7).

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Quadro 10 – Lista dos estabelecimentos que vendiam tecidos e aviamentos importados da marca *Lastex*.

1. CASA MME. SARA: localizava-se na rua do Ouvidor 147 – Centro. Em 1935, importava tecidos e elásticos da marca *Lastex* (JB, 12 out. 1935, p. 31).
2. MME. D’ORSI: localizava-se na rua Gonçalves Dias 35, tel.: 2-4328 – Centro e comercializava o tecido cetim elástico *Lastex* (CORREIO DA MANHÃ, 18 ago. 1934, p. 5).

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2015.



## 5. TECNOLOGIA TÊXTIL E INOVAÇÃO NA ROUPA DE PRAIA

Os trajes de banho, menores e mais aderentes, adotados a partir do final dos anos 1910, devem muito de sua beleza e funcionalidade aos avanços empreendidos pela indústria têxtil desde o século XIX. Merece destaque especial o desenvolvimento de materiais cada vez mais resilientes e resistentes às várias agressões sofridas pelas roupas de banho durante o uso, como: exposição à luminosidade do sol e ao calor, à salinidade do mar, à umidade constante, à substâncias químicas presentes em loções, bronzeadores e filtros solares e ao à oleosidade natural da pele, ao atrito com a areia e objetos e à manutenção indevida.

Considerando que, ainda hoje, características como aderência, sustentação e leveza são extremamente valorizadas na moda praia, optou-se por investigar a trajetória dos materiais empregados nas roupas de banho a partir do momento em que se tornam atributos desejados pelas mulheres nesse tipo de peça. Como esta pesquisa abrange a evolução da roupa de banho feminina do século XIX aos anos 1940, as matérias-primas enfocados são a lã e a borracha natural. A primeira compunha os tecidos encorpados dos primeiros trajes de banho e a meia-malha (ou jersey) dos primeiros maiôs. Enquanto a borracha deu origem aos primeiros fios têxteis elastoméricos, que conferiam maior elasticidade aos tecidos.

### 5.1 A meia-malha ou jersey de lã

A matéria-prima mais utilizada para a fabricação de trajes de banho até as primeiras décadas do século XX foi a lã, uma fibra natural, de origem animal, composta basicamente por proteínas. Ela é obtida através da tosquia do velo (pelos) de cordeiros e ovelhas ou de outros animais como cabras (caxemira e angorá), camelos, lhamas, vicunhas e coelhos (LYLE, 1967, p. 17).

A predominância do uso da lã na confecção de roupas de banho, seja na forma de tecido plano ou de malha, veio da necessidade de manter o corpo aquecido durante os mergulhos. Isso por que os banhos de mar eram tomados nas primeiras horas da manhã e, muitas vezes, em regiões de águas extremamente frias, como parte das exigências terapêuticas. Ao mesmo tempo, as fibras têxteis artificiais, sintéticas e mistas ainda não haviam entrado no mercado, de modo que as

opções existentes se restringiam àquelas oriundas de fontes naturais, como a seda, o algodão e o linho, entre outras. Nesse contexto, a lã era a que apresentava um conjunto de características mais favoráveis às roupas de banho (LYLE, 1967, p. 17):

- Boa capacidade de retenção de calor.
- Rápida absorção de umidade, formando uma barreira isolante do frio.
- Alta resiliência, resultando em boa recuperação da forma original após estiramento.
- Ótimo caimento, em função da capacidade de se amoldar bem, o que poderia minimizar o efeito “balão” dos trajes de banho muito volumosos.
- Propensão natural a repelir água que conferia a alguns tecidos (LYLE, 1967, p. 17).

No final dos anos 1910, quando as mulheres começaram a adotar os maiôs de malha jersey, mais curtos e aderentes, a lã continuou sendo a matéria-prima principal das roupas de banho. Até por que, era um tipo de tecido favorável à retenção de calor, pois as laçadas que davam forma à sua estrutura criavam espaços entre si, onde o ar se acumulava, preservando a temperatura corporal.

O somatório da capacidade de retenção de calor da lã com a da malha era uma vantagem em regiões mais frias, mas no clima tropical brasileiro devia causar algum desconforto. Mesmo considerando que nos primórdios do banho de mar a permanência na água era breve, geralmente obedecendo ao tempo e à quantidade de mergulhos prescritos pelo médico. Outro ponto a ser destacado era a tendência da malha a lacear com o uso frequente e quando encharcada, mesmo utilizando uma fibra com boa resiliência como matéria-prima. Característica que contribuía para o acúmulo de areia dentro da peça, causando desconforto.

Foi a partir dos anos 1930 que a lã começou a ser substituída por outras fibras na fabricação de tecidos para roupas de praia. Então, o bronzear já era uma moda e os maiôs se tornavam menores e mais modelados ao corpo. Isso fazia com que tecidos mais finos e leves, a base de algodão, de seda e das novas fibras artificiais, puros ou em misturas, opções mais atraentes.

\*\*\*

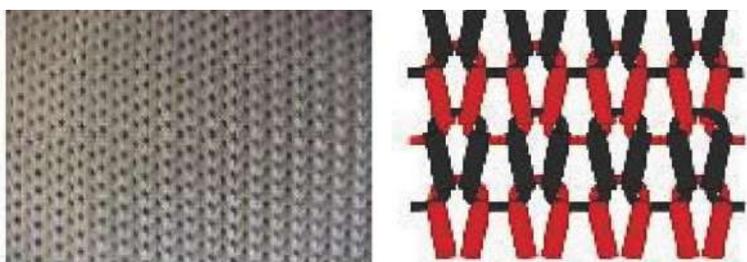
Durante muito tempo, as malhas foram consideradas tecidos de segunda categoria, utilizados basicamente para a confecção de roupa íntima e tendo apenas a lã como matéria-prima. Em meados do século XIX isso começou a mudar, quando seus teares sofreram aperfeiçoamentos importantes, até que, na década de 1920, a

malha começou a ser empregada em outras peças do guarda-roupa feminino, incluindo trajes mais sofisticados, o que lhe garantiu um lugar de destaque na história do vestuário. Contribuíram para isso o arrojo de alguns jovens criadores da alta-costura e os avanços tecnológicos, que permitiram a fabricação de malha jersey com diferentes fibras, tanto naturais quanto de artificiais, puras ou misturadas.

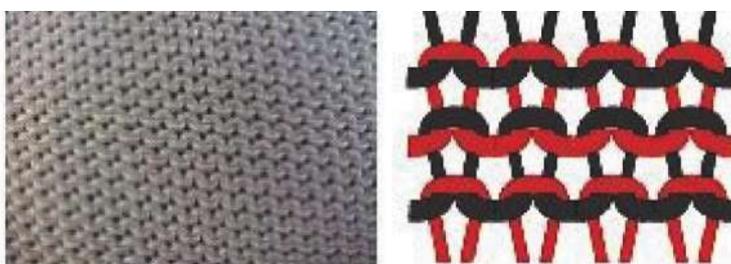
O nome jersey foi uma alusão à ilha de Jersey<sup>33</sup>, localizada no Canal da Mancha, próxima à França, onde sua estrutura característica – a mesma do tricô – se originou. Esse tipo de laçada é o mais básico da malharia e chamado de ponto simples (ou normal). No Brasil, o jersey também ficou conhecido como meia-malha.

Comparada com outras malhas, o jersey costuma ser mais leve e fino, mas isso pode variar de acordo com o tear, o título dos fios utilizados e o ajuste dado ao ponto na tecelagem (AQUINO, 2008, p. 17; MACEDO, 2015, p. 15). Seu lado direito é o que apresenta mais brilho, melhor toque e laçadas mais uniformes, executadas na mesma direção. Enquanto o avesso tem laçadas de aspecto semicircular, o que contribui para que sejam bem distintos entre si (Figuras 97) (AQUINO, 2008, p. 12, 17 e 20-21; MACEDO, 2015, p. 7, 15).

Figura 97 – Padrão de construção da meia-malha ou jersey.



(a) Lado direito e esquema de entrelaçamento dos fios.



(b) Lado avesso e esquema de entrelaçamento dos fios.

Fonte: Macedo, 2015, p. 4-5.

<sup>33</sup> Jersey, junto com Guernsey, formam as Ilhas do Canal, uma dependência da Coroa Britânica que não faz parte do Reino Unido.

O fio da meia-malha se entrelaça no sentido horizontal (transversal), o que a classifica como uma malha de trama, e seu alongamento se dá nos dois sentidos. Cabe observar que a instabilidade dimensional não faz dessa malha um tecido elástico, característica que está relacionada ao tipo de fibra utilizada em sua composição (AQUINO, 2008, p. 20-21; MACEDO, 2015, p. 7, 15).

As laçadas da malha jersey também são facilmente desmalháveis, isto é, ao puxar um único fio seus ligamentos se desfazem, abrindo um buraco no tecido. Outra característica, é sua tendência ao encolhimento.

Os teares para fabricação da meia-malha são os circulares<sup>34</sup> e os retilíneos, do tipo monofrontura, isto é, que tem apenas um conjunto de agulhas. Se necessário, podem ser produzidas em teares dupla frontura (com dois conjuntos de agulhas), mas um deles necessariamente ficará fora de uso (AQUINO, 2008, p. 21; MACEDO, 2015, p. 15). Além dos lisos, a ligatura jersey também se presta à fabricação de malhas listradas e xadrezes, bastando, para isso, alternar as cores dos fios utilizados (AQUINO, 2008, p. 22-24; MACEDO, 2015, p. 18-21). Por fim, quanto ao custo de produção, as malhas costumam ser mais baratas que os tecidos planos, embora exijam fios de melhor qualidade. Isso se deve à maior capacidade produtiva dos teares de malharia, o que barateia o preço final do produto.

## **5.2 Os primeiros fios têxteis elastoméricos**

### **5.2.1 Introdução aos fios têxteis elastoméricos**

Fios têxteis elastoméricos são aqueles que apresentam elasticidade, isto é, a propriedade de sofrer deformação, quando submetidos à tração e retornarem, parcial ou totalmente, à sua forma original. Os elastômeros são formados por polímeros, isto é, moléculas muito grandes, compostas de centenas ou milhares de átomos, formados por ligações sucessivas de um ou dois tipos de moléculas pequenas, em forma de cadeia ou de estruturas em rede. Ocasionalmente, pode ocorrer, até mesmo, com mais tipos de moléculas. Os polímeros compõem muitas das substâncias que estão presentes nos organismos vivos, como as proteínas, a

---

<sup>34</sup> Os teares circulares produzem malha em formato tubular. Fonte: Aquino, 2008, p. 36.

celulose e o ácido nucleico, mas também podem ser obtidos em laboratório, a partir de substâncias derivadas do petróleo. Daí os fios têxteis elastoméricos estarem divididos em dois grupos (BRYDSON, 2000, p. 790; CETIQTa, [198-?], p. 1; WECOMEX, 2015, p. 2):

#### FIOS ELASTOMÉRICOS NATURAIS

São aqueles produzidos a partir de um polímero de origem natural, como o látex, por exemplo, que é uma seiva extraída por meio de incisões no tronco da seringueira, uma árvore nativa da região amazônica. O mais conhecido é o Lastex.

#### FIOS ELASTOMÉRICOS SINTÉTICOS

São aqueles produzidos com polímeros sintéticos, que são obtidos por reações químicas induzidas em laboratório. Nos Estados Unidos da América, são chamados genericamente de *spandex* e, no Brasil, de elastanos, onde também são conhecidos popularmente pelo nome de Lycra, marca registrada do primeiro elastano sintético comercializado, desenvolvido pela multinacional da indústria química *DuPont*. Outro fio elástico sintético é o Vyrene, criado pela *US Rubber Company*.

Um fio elastomérico, mesmo se produzido a partir de um polímero natural, como o látex, não é considerado uma fibra têxtil natural, e sim uma fibra têxtil manufaturada. Pois a seiva da seringueira precisa passar por determinados processos que a tornam apta a ser transformada em fio de borracha, chamado de elastodieno pela indústria têxtil e de confecção. As fibras têxteis manufaturadas são classificadas como artificiais e sintéticas e englobam as fibras elastoméricas. A borracha é considerada uma fibra têxtil manufaturada artificial e o poliuretano segmentado, que dá origem ao elastano (fibra elastomérica mais utilizada na moda praia atual), é uma fibra têxtil manufaturada sintética (ABRAFAS, 2015; LADCHUMANANANDASIVAM, 2006, p. 57).

O comportamento elástico dos fios têxteis elastoméricos pode ser determinado através de seu *esticamento* que é sua capacidade de alongamento quando submetido à uma determinada carga. Quando dizem que tem 100% de esticamento, isso significa que uma polegada desse fio pode ser esticada até chegar ao comprimento máximo de duas polegadas. Esticamento é a principal característica dos fios elásticos e este deve ser o mais regular possível ao longo de toda a sua extensão para não causar problemas na tecelagem. Outro índice é o *módulo*, isto é, o poder de recuperação de um fio elástico após passar por alongamento e resistência ao esticamento. Se ele apresenta uma forte capacidade de recuperação, possui *módulo elevado*, se sua capacidade de recuperação é fraca, possui *módulo baixo* (CETIQTa, [198-?], p. 5 e 7). Essa capacidade de retornarem à forma original, após ter sido submetido ao esticamento, chama-se *resiliência*.

Quando se remove a carga que causava o esticamento de um fio elastomérico, ele não volta perfeitamente à sua “forma” original, pois retem parte desse estiramento, ficando ligeiramente maior do que era antes. Ele adquire o que pode ser chamado de “forma” residual, que também aumenta em função do envelhecimento e da deterioração do fio (CETIQTa, [198-?], p. 6). Esse fenômeno é facilmente observado durante o uso contínuo de uma roupa de natação. O desgaste sofrido pela exposição constante à condições adversas a esse material, como água salgada ou clorada, sol, suor e atrito afetam gradualmente sua capacidades de recuperação e de estiramento. Resultado: seu módulo diminui e sua “forma” residual aumenta. É por isso que, com o tempo e a intensidade de uso, seu tecido se torna cada vez mais frouxo, perdendo a aderência original e levando suas fibras elásticas a se romperem, o que pode causar até o esgarçamento do tecido.

Existem fios de látex com diferentes percentuais de esticamento e valores de módulo, que devem ser escolhidos de acordo com o tipo de produto a ser fabricado. Por exemplo, as tiras elásticas aplicadas nas cavas de braços e pernas e no decote de um maiô devem, preferencialmente, esticar bastante e apresentar um poder de recuperação mais brando para não apertarem e nem causarem desconforto nessas regiões. Já o tecido escolhido para o corpo do maiô pode ter um módulo elevado, isto é, uma boa capacidade de recuperação, pois a intenção é que ele se adapte bem ao corpo, modelando e sustentando suas formas. Assim, a elasticidade pode ser classificada em dois tipos (CETIQTa, [198-?], p. 6; CETIQTb, [198-?], p. 1):

#### ELASTICIDADE DE RESISTÊNCIA

É aquela que possui elevada força de retração. O fio elástico com essa característica costuma ser empregado em tecidos que demandam maior resistência, como roupas de banho, cintos, suspensórios, lingerie modeladoras e para uso específico durante períodos pós-operatórios. Com estiramento em torno de 200%, tem como função acomodar músculos e órgãos, reduzir o tamanho aparente do corpo, firmando-o e amoldando-o.

#### ELASTICIDADE DE CONFORTO

É aquela que possui força de retração mais branda. A fibra elástica com essa característica costuma ser empregada em tecidos para a confecção de roupas, cuja aparência final não apresenta diferenças se comparada à de peças iguais, mas fabricadas com material semelhante e não-elástico. Sua capacidade de estiramento varia de 10% a 15%, pois visa oferecer conforto durante a movimentação do usuário e melhor ajuste ao corpo, por isso, costuma ser empregada em tecidos para roupas externas. Geralmente, os tecidos feitos com fibras que tem esse tipo de elasticidade são mais leves do que aqueles com fibras que apresentam elasticidade de resistência.

Para indicar a espessura dos fios têxteis (e das linhas de costura), existem as normas de *titulação*. A maioria dos países tem adotado oficialmente o sistema TEX, que indica quantos gramas existem em 1.000 metros de fio. De acordo com ele, fios mais finos costumam ter menor massa a cada 1.000 metros de fio e os mais espessos maior massa, entretanto, o título obtido não deve ser interpretado como sendo proporcional ao diâmetro do fio. Os submúltiplos desse sistema são as unidades decitex (dtex), que corresponde a 1 grama por 10.000 metros; militex (mtex), no qual 1 grama equivale a 100.000 metros, e o quilotex (ktex), que equivale a 1 grama por metro. Esse é o sistema especificado pela norma Inmetro NBR 8427, mas, na prática, apenas os fabricantes de fibras químicas tem adotado plenamente o TEX no Brasil. Eles utilizam a unidade dtex para titulação de fibras contínuas e descontínuas. Na prática, a dificuldade de implantação do sistema TEX vem sendo enfrentada por diversos países também (SEBRAE; ABNT, 2012, p. 12).

Outro sistema de titulação é o *denier*, desenvolvido na França, durante o século XVI, para a titulação de fios de seda. Originalmente, utilizava uma moeda da Roma Antiga, chamada denier (denarius, no latim) como referência para a pesagem. Assim, para obter a titulação de determinado fio era necessário pesar uma meada de 400 varas de comprimento, que correspondem a 450 metros, e descobrir a quantidade de deniers que equivalem a seu peso. O número de moedas no prato da balança determinava o denier do fio de seda. Em 1873, essa regra foi alterada e o denier passou a corresponder, em gramas, à massa de 9.000 metros de fio e ainda hoje é utilizada na titulação de fios de seda. No passado, foi muito empregada para a titulação de fios contínuos, como a viscose, a poliamida e o poliéster (LADCHUMANANANDASIVAM, 2006, p. 1; SEBRAE; ABNT, 2012, p. 12).

Denier e TEX são considerados sistemas diretos de titulação. Existem também sistemas considerados indiretos, pois tomam como base a massa, que é fixa, enquanto o comprimento varia. Neste caso, o título de determinado fio é indiretamente proporcional à sua "espessura". Um desses sistemas é o título inglês (Ne), mais indicado para fios de fibras curtas, que é definido pela quantidade de meadas de 840 jardas (768,1 m) necessárias para se obter 1 libra (453,6g) de fio. Outro é o título métrico (Nm), para fios de fibras longas, estabelecido de acordo com a quantidade de meadas de 1.000 metros necessárias para se chegar a 1.000 gramas de fio (WECOMEX, 2015, p. 1-2).

### 5.2.2 A borracha natural da Amazônia

O primeiro fio têxtil elastomérico chamava-se *Lastex*, foi desenvolvido pela *U.S. Rubber Company* e lançado no mercado norte-americano em 1931. Sua matéria-prima é o látex, uma seiva branca e leitosa extraída por meio de incisões no tronco de árvores conhecidas como seringueiras. O látex é um hidrocarboneto, isto é, um polímero do isopropeno, cuja elasticidade se deve à sua estrutura molecular, organizada em longas e sinuosas cadeias. Quando submetidas à tensão elas se alongam e retornam ao aspecto original apenas quando a tensão é retirada (DEAN, 1989, p. 30; FOGAÇA, 2015, p. 2).

A seringueira foi batizada como *Hevea brasiliensis* pelos botânicos. Ela é natural de uma região na margem direita do rio Amazonas que forma um semicírculo, do centro ao oeste da cidade de Manaus, alcançando ao sul os estados do Mato Grosso e do Acre, o norte da Bolívia e o leste do Peru. Para os nativos do Equador ela era conhecida como *caoutchouc* ou *hévé*. Na Amazônia o látex era chamado de *cauotchouc*, que tem origem na palavra *kaaochoe* ou *cahuchu*, que significa “árvore chorona” no vocabulário dos povos pré-Colombianos (LATTERMAN, 2013, p. 15; WEINSTEIN, 1993, p. 22).

Em sua forma nativa, a seringueira encontra-se bem dispersa, apresentando não mais do que duas ou três árvores exploráveis em um único hectare (DEAN, 1989, p. 33). Cada árvore produz diariamente cerca de 30g da resina e demora sete anos para atingir a idade de produção do látex (FOGAÇA, 2015, p. 2). A *Hevea* não é a única espécie que produz essa goma elástica, mas fabrica a de melhor qualidade, por isso foi explorada tão intensamente ao longo do século XIX até o início do século XX. Um novo ciclo de prosperidade no negócio de extração do látex aconteceu durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). No entanto, teve curta duração, estimulado apenas enquanto havia escassez de matéria-prima nos Estados Unidos, devido ao aumento da demanda de borracha natural durante o conflito (GUIA DO ESTUDANTE, 2006, p. 1).

O látex, também chamado de caucho, foi o primeiro elastômero conhecido pela humanidade. Para utilizá-lo era necessário transforma-lo em borracha, pela sua coagulação. Esse processo envolvia o gotejamento do látex sobre um espeto, que girava lentamente sobre fogo brando (DEAN, 1989, p. 33). Depois de seco, o látex convertia-se em borracha, estando apto para utilização na fabricação de uma série de produtos, como as primeiras fibras têxteis elásticas.

Os artefatos de borracha natural mais antigos de que se tem notícia são doze bolas de borracha sólida, encontradas no sítio arqueológico de Manatí, no México, que datam de 1.600 a.C. Elas pertenciam à antiga civilização Olmeca, nome que significa “povo da borracha” na língua dos Astecas, sociedade que lhe sucedeu alguns séculos depois. Tais bolas provavelmente foram usadas para o jogo da bola, versão ancestral do futebol contemporâneo, de grande importância religiosa, política e atlética para as antigas civilizações da América Central. Sabe-se que entre os Maias (*circa* 800 d.C. – 950 a.C.), seu uso também se aplicava a ferramentas, roupas, estatuetas, frascos e tubos. A matéria-prima dessa borracha era o látex extraído da árvore da espécie *Castilla elastica*, coagulado com a seiva de outra planta, a *Ipomea alba*, o que garantia sua elasticidade ao secar, evitando que se tornasse frágil e quebradiça (LATTERMAN, 2013, p. 15-16).

Na transição do século XV para o XVI, época da chegada dos primeiros europeus ao Novo Mundo, não havia na Europa um material com características semelhantes as da borracha natural. Para a confecção de tubos e mangueiras, capas protetoras contra a chuva e botas utilizava-se o couro, que não era totalmente impermeável. Mesmo assim, a borracha se manteve por muito tempo como uma curiosidade e não um produto relevante de exploração comercial. Os colonizadores não conheciam um método que evitasse ou retardasse a solidificação (coagulação) do látex, que acabava chegando ao destino final ressecado, inviabilizando seu uso (SANTOS, 1980, p. 42-43). Desde então, a *Hevea* passou a ser estudada por diversos cientistas-viajantes em visita à Amazônia.

Somente a partir dos anos 1730, às vésperas da Revolução Industrial, que as propriedades da borracha natural começaram a despertar maior interesse entre cientistas e industriais europeus. Contribuíram para isso, os estudos e publicações de Charles Marie de La Condamine, cientista ligado à Academia de Ciências de Paris, e de seu amigo, François Fresneau, engenheiro e pesquisador de botânica. Assim, ao final do século XVIII, tanto na França quanto na Inglaterra, surgiram várias descobertas e patentes relacionadas à borracha, como lonas impermeáveis e roupas à prova d'água (SANTOS, 1980, p. 43-47).

Ainda não havia uma solução que evitasse a rápida coagulação do látex, o que dificultava sua exportação *in natura*, o que promoveu o estabelecimento de pequenas manufaturas de produtos de borracha destinados à exportação na cidade de Belém do Pará. Por volta de 1750, Lisboa enviou botas militares, mochilas e outros artigos para serem impermeabilizados em Belém. Em 1800, comerciantes da

região da Nova Inglaterra, Estados Unidos, passaram a comprar sapatos impermeáveis de borracha produzidos nessa cidade que, em 1839, chegou a exportar cerca de 450.000 pares (DEAN, 1989, p. 30-31).

A manufatura de artigos de borracha no Pará prosperou até a década de 1840, entrando em declínio com a generalização do processo de vulcanização, desenvolvido pelo norte-americano Charles Goodyear, em 1838. Na vulcanização, enxofre era adicionado ao látex formando uma mistura que, quando aquecida, tornava a borracha mais elástica, estável e resistente à variações de temperatura, solventes, luz e graxas (CETIQTa, [198-?], p. 1-2). Posteriormente esse composto era prensado e adquiria a forma de uma manta, conhecida como “pele”. Graças a esse novo processo a borracha pode ser armazenada por longos períodos sem se deteriorar, tornando viável transportá-la até a Europa e os Estados Unidos. Isso pôs fim às operações das fábricas montadas na região amazônica, fazendo com que as exportações de galochas paraenses, estimada em 450.000 pares em 1839, diminuíssem a ponto de se tornarem inexpressivas em 1855 (DEAN, 1989, p. 31; WEINSTEIN, 1993, p. 23 e 75).

O domínio do processo de vulcanização também estimulou a descoberta de novos usos para o elastômero, não apenas na indústria de bens de consumo, mas, na indústria de bens de produção, na forma de correias, tubos, mangueiras, vernizes, etc. Ao longo do século XIX, o comércio da seiva da *Hevea brasiliensis* cresceu vertiginosamente, acompanhando o ritmo da industrialização das nações ricas que, até a década de 1880, tinham o Brasil como único fornecedor de borracha de alta qualidade (Quadro 11) (SANTOS, 1980, p. 41, 47; WEINSTEIN, 1993, p. 23 e 75). Nessa época, a borracha amazônica equivalia a cerca de 40% de toda a receita de exportação brasileira, quase se equiparando a do café, principal produto de exportação do Brasil (DEAN, 1989, p. 24).

Quadro 11 – Produção de borracha na Amazônia, 1827-1860.<sup>35</sup>

| Ano  | Kg      | Ano  | Kg        |
|------|---------|------|-----------|
| 1827 | 31.365  | 1846 | 673.725   |
| 1830 | 156.060 | 1850 | 1.446.550 |
| 1836 | 189.225 | 1856 | 1.906.000 |
| 1840 | 388.260 | 1860 | 2.673.000 |

Fontes: Reis apud Weinstein, 1993, p.23.

<sup>35</sup> As cifras referem-se a toda borracha exportada do Pará e de Manaus, inclusive pequenas quantidades de borracha peruana e boliviana. Fonte: REIS, Ferreira. *Economics History*, p. 40; *História econômica*, p. 216.

A dependência da borracha brasileira para o crescimento da grande indústria era preocupante; mesmo com a entrada da borracha de origem africana no mercado internacional os preços continuavam subindo. Embora fossem tecnologicamente avançadas e altamente capitalizadas, as indústrias estavam alicerçadas sobre uma matéria-prima cujo modo de produção era extrativista. Portanto, era vital assegurar uma oferta crescente de borracha a preços convenientes, obtida pelo cultivo extensivo. Em 1876, o inglês Henry Wickham conseguiu enviar à Grã-Bretanha milhares de sementes de seringueira para estudo, tornando possível seu plantio no Sudeste Asiático; tarefa se mostrou difícil e complexa mas, pouco a pouco, prosperou (WEINSTEIN, 1993, p. 192).

Na década de 1890, a bicicleta tornou-se uma verdadeira mania e gerou um grande aumento na demanda de *Hevea* para a fabricação de pneus, elevando ainda mais seu preço no mercado internacional e enriquecendo enormemente os grandes seringalistas da região amazônica. A moda da bicicleta foi também o prenúncio do que iria acontecer, em breve, com o automóvel, pois cada unidade do novo veículo exigia muito mais borracha, necessitando de, pelo menos, quatro pneus e um estepe. Inicialmente, o carro era um produto acessível apenas a uma elite muito rica, mas, em 1910, nos Estados Unidos, as fábricas já produziam cerca de 200.000 unidades, caminhando em direção à sua popularização. Contudo, havia um empecilho ao crescimento da indústria automobilística norte-americana: mais da metade da borracha mundial ainda era produzida da modo tradicional; apesar da oferta de borracha asiática crescer ano a ano. Em 1912, as exportações oriundas da Ásia finalmente suplantaram as do Brasil, o que aumentou consideravelmente a oferta dessa matéria-prima e à queda vertiginosa de seu preço no mercado internacional. Baseada em um modelo primitivo de produção extrativa, a indústria seringueira amazônica quebrou, pois foi incapaz de competir com a produtividade exponencial dos seringais cultivados no Extremo Oriente (WEINSTEIN, 1993, p. 23-24, 168, 178 e 191-192).

Posteriormente houve tentativas de cultivo extensivo da seringueira na Amazônia, mas todas fracassaram por escassez de mão-de-obra, capital e técnica. Outro problema enfrentado na região foi a incidência de uma praga natural, um fungo, que atacava a seringueira em seu *habitat* original (DEAN, 1989, p. 25-26). Sem condições de competir, o comércio de borracha na Amazônia entrou em declínio. Ele se reergueu, temporariamente, durante a Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945), quando o Japão, que integrava os países do Eixo, dominou militarmente a região do Pacífico Sul e passou a controlar suas plantações de *Hevea*. Isso

representou uma queda de 97% na produção de borracha asiática, fazendo com que os Estados Unidos, do grupo dos países Aliados, estimulasse um novo ciclo de extração da borracha amazônica.

Após o fim da Segunda Guerra Mundial (1938-1945), ganharam força as pesquisas para a produção de elastômeros a partir do fio sintético de poliamida, que fora lançado oficialmente pela norte-americana *DuPont* em 27 de outubro de 1938 e batizado de nylon. Em abril de 1958, a mesma empresa iniciou testes de mercado com o elastano, primeiro fio têxtil elastomérico sintético, que recebeu o nome comercial de *Lycra*® (E. I. DUPONT, 1959, p. 7; Idem, 1963, p. 3). Sua combinação com a poliamida deu origem a um novo tipo de tecido de malha que, até hoje, é amplamente utilizado para a confecção de roupas de banho.<sup>36</sup>

### 5.2.3 Da borracha ao *Lastex*®

Um dos primeiros segmentos do vestuário a tirar partido da elasticidade da borracha, dando-lhe uso comercial, foi o de roupas íntimas de sustentação. Em 1803, foi instalada uma fábrica de tiras elásticas para suspensórios e ligas nos arredores de Paris. Anos depois surgiram indústrias semelhantes em Viena, na Áustria (1811), e na Inglaterra (1820) (ROGERS apud SANTOS, 1980, p. 45). Essas tiras eram aderentes e seguravam a roupa no corpo sem apertá-lo, pois a elasticidade da borracha se adaptava de acordo com a tensão exercida pelos movimentos. A fabricação dessas tiras iniciava com a transformação da borracha em uma placa, que, com o auxílio de uma calandra, adquiria a espessura desejada (Figura 97). Em seguida, essa placa era vulcanizada e recortada na forma de tiras de seção retangular, geralmente quadrada, de acordo com o objetivo final de uso (U.S. PATENT OFFICE, 1925, p. 1; Idem, 1937, p. 1).

Outra peça íntima que tirou partido da elasticidade oferecida pela borracha foi o espartilho, cujas principais funções eram promover a sustentação do corpo feminino e modelá-lo. Por volta de 1830, já haviam modelos construídos com partes elásticas em substituição às tradicionais barbatanas de metal usadas na sua estruturação. O século XIX também veria o uso de elásticos na confecção de roupas para ginástica, roupas brancas e trajes de banho (CALLAN, 1998, p. 92).

---

<sup>36</sup> A *DuPont* introduziu o uso de *Lycra* nas roupas de banho no início dos anos 1960. Fonte: I. E. DuPont, 1976, p. 17.



Figura 98 – O trabalho com a borracha vulcanizada na calandra, 1918.

Após ser prensada e esticada, a borracha se tornava apta a ser cortada em fios e tiras elástica. Ou ainda a compor um tipo de tecido impermeável patenteado pela empresa inglesa *Charles Macintosh and Sons Ltd.*, composto por duas camadas de tecido “recheadas” com uma folha de borracha.

Fonte: Lewis G.P./  
Creative Commons, 2015.

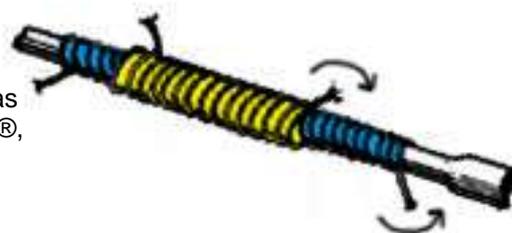
Devido às dimensões restritas das placas de borracha, não era possível obter fios e tiras contínuos, o que limitava suas possibilidades de aplicação. Em 1810, houve a primeira tentativa de se produzir um fio elástico contínuo para utilização em produtos de malha. Seu processo de fabricação consistia, primeiro, na moldagem da borracha em formato cilíndrico para, em seguida, ser recortada em espiral, no formato de fio, com o auxílio de um mandril. Mas, assim como os fios originados de placas, a seção perpendicular desse filamento também era retangular ou quadrada e sua consistência continuava instável e suscetível à temperatura ambiente. Como qualquer artigo de borracha da época, os fios contínuos amoleciam no calor e endureciam no frio, tornando difícil sua utilização. Esse problema foi solucionado apenas em 1838, com a invenção do processo de vulcanização, que conferiu maior resistência à borracha (CETIQTa, [198-?], p. 1-2).

Outro meio de obtenção de fios contínuos de borracha foi patenteado em 1838, por Thomas Hancock, considerado o fundador da indústria britânica da borracha: desta vez foi utilizando látex não solidificado. Por esse sistema, um cilindro especial, com entalhes em espiral em sua superfície, era mergulhado em uma solução de látex que aderiria a seus sulcos. Em seguida, esse cilindro era retirado dessa solução, secado e tinha o excesso de látex removido para receber um novo banho, agora de água quente, no qual o fio de borracha se desprendia. Entretanto, a indústria de fios, tiras e tecidos elásticos de borracha não demonstrou

interesse por esse método durante muito tempo, concentrando-se na produção por corte (BLACKLEY, 1997, p. 23).

Independentemente do método utilizado, os fios de borracha precisavam ser tensionados e revestidos por fios de fibras pouco elásticas, como lã, algodão ou seda (futuramente também o raiom), para controlar sua elasticidade. Estes fios, de composição pura ou mista, formavam uma ou mais camadas, enroladas em sentidos opostos sobre o fio de borracha, evitando seu enrolamento (U.S. PATENT OFFICE, 1931, p. 1). Esse revestimento também mantinha o fio de borracha sob uma tensão controlada para que se distendesse até o limite desejado. Além disso, visava prolongar a vida útil do fio, pois o suor, o atrito do causado pelo uso e as lavagens sucessivas comprometiam rapidamente sua elasticidade, causando rompimento (U.S. PATENT OFFICE, 1925, p. 1; U.S. PATENT OFFICE, 1937, p. 1) (Figura 99).

Figura 99 – Revestimento duplo do fio de *Lastex*®. Na patente norte-americana n. 2.103.133, de 21 de dezembro de 1937, dois fios de fibras naturais e/ou artificiais são enrolados, em sentidos opostos, sobre o fio de *Lastex*®, protegendo-o do desgaste acelerado.



Fonte: U.S. Patent Office, 1937/Google Patentes, 2015.

Na fabricação de tecidos, o fio de borracha cortado apresentava uma série de restrições. Sua superfície angular gerava bom atrito com as outras fibras, o que facilitava o desgaste e a formação de defeitos durante a tecelagem, principalmente nos dias mais úmidos (U.S. PATENT OFFICE, 1925, p. 1). O sistema de corte também não permitia que os fios fossem totalmente uniformes, tampouco fabricados em titulações mais baixas<sup>37</sup> como as das fibras naturais. Por isso, sua utilização em teares de malharia era inviável, ficando restrito aos do tipo plano e, portanto, à produção de tecidos com elasticidade em apenas um sentido. Por último, o fio mais longo que se conseguia produzir com o fio de borracha cortado chegava a, no máximo, 120 jardas<sup>38</sup> de comprimento, isto é, aproximadamente 110 metros, o que dificultava a produção de grandes metragens de tecido corrido (ADAMSON, [200?], p. 10).

Somente a partir dos anos 1920 começaram a surgir novas patentes relacionadas à produção de fios de borracha contínuos. O método que se mostrou mais

<sup>37</sup> Tomando como referência o sistema de titulação TEX.

<sup>38</sup> Jarda é uma unidade de medida de comprimento, inglesa e norte-americana, equivalente a 91,44 cm ou três pés. Fonte: Houaiss, 2009, p. 1.127.

adequado foi o de extrusão, no qual a borracha ganhava forma alongada e filamentosa ao passar por uma estrutura com orifícios denominada fieira. Seus criadores, Ernest Hopkinson e Willis A. Gibbons, deram entrada no pedido de registro desse sistema em 1923, nos Estados Unidos e sua patente foi publicada oficialmente no dia 7 de julho de 1925, sob o registro nº 1.545.257. Nela ficou registrado que os inventores cediam a patente à empresa *Revere Rubber Company*, que, desde 1909, pertencia à *U.S. Rubber Company*, na qual Hopkinson se tornou vice-presidente (U.S. PATENT OFFICE, 1925).

A *U.S. Rubber Company* foi fundada em 1892, na cidade de Naugatuck, no estado de Connecticut, Estados Unidos, sob a liderança de Charles Ranlett Flint, um financista com negócios relacionados à borracha entre este país e o Brasil. Para compor a empresa, Flint reuniu onze fábricas norte-americanas de sapatos de borracha, tornando-a responsável por metade das vendas desse produto nos Estados Unidos. Desse modo, já em 1898, a *U.S. Rubber Company* detinha 75% de todo esse mercado.<sup>39</sup> Em busca de lucros mais expressivos, entrou no mercado de pneus em 1905, com a aquisição da *Rubber Goods Manufacturing (RGM)*, transformando a *U.S. Rubber* em líder na fabricação de artigos de borracha, principalmente para a indústria automobilística, que estava em franca expansão.

Apesar da *U.S. Rubber Company* possuir a patente do extrusor, ela não detinha a do melhor processo de fabricação de fios contínuos de borracha, que pertencia a Percy Adamson da, também norte-americana, *Adamson Brother's Company*. O registro dessa patente, sob o número 1.822.847 e intitulada "Fio elástico", foi publicada nos Estados Unidos no dia 8 de setembro de 1931 (U.S. PATENT OFFICE, 1931, p. 1). Esse novo fio possuía superfície uniforme, seção circular e comprimento contínuo, podendo ser fabricado em uma vasta gama de títulos, inclusive opções bem mais finas que aquelas obtidas pelo tradicional sistema de corte. Ele também era mais resistente devido à sua superfície arredondada e se adequava ao uso em teares de malharia, capazes de produzir fazendas com elasticidade nos sentidos vertical e horizontal, o que não era possível nos teares para tecidos planos. Além disso, sua superfície podia ser recoberta por uma trama composta por outros tipos de fibras têxteis, que lhe conferia maior resistência, durabilidade e controle de elasticidade (ADAMSON, [200?], p. 8-11; BLACKLEY, 1997, p. 23 e 545; LENCEK; BOSKER, 1989, p. 63).

---

<sup>39</sup> Em 1916, a *U.S. Rubber Company* unificou todas as suas marcas de sapatos de borracha sob o nome *Keds*, que é usada hoje para tênis. Fonte: Baptista, 2009, p. 2.

A novidade recebeu o nome de *Lastex*, marca registrada nos Estados Unidos, na classe referente a “fios para uso têxtil”, em 9 de abril de 1931 e publicada oficialmente em 1º de setembro de 1931. Em seu registro, consta que foi utilizada comercialmente pela primeira vez em 1º de setembro de 1930 (JUSTIA TRADEMARKSa, 2014, p. 1)

Ciente do poder da *U.S. Rubber Company* e dependente da patente de um sistema de extrusão que viabilizasse o projeto do fio elástico contínuo, os sócios da *Adamson Brother's* se uniram à gigante da borracha. Assim, em junho de 1931, a *U.S. Rubber* exibiu o *Lastex* pela primeira vez, durante uma mostra têxtil e, nesse ano, sua produção foi equivalente a 14.514.880 quilos. Um ano e meio depois, já havia conquistado ampla aceitação no mercado, com novas aplicações surgindo a cada semana. Em 1933, sua produção subiu para 544.308.000 quilos<sup>40</sup>, apesar dos efeitos, ainda presentes, da Grande Depressão de 1929 sobre a economia norte-americana (GREEN, 2000, p. 6).

A marca *Lastex* denominava apenas uma versão dessa novidade, que também podia ser encontrada sem o revestimento de fibras, sob o nome de *Lactron* (CETIQTa, [198-?], p. 2). Com ou sem cobertura, os fios *Lastex* nunca foram utilizados puros na fabricação de um tecido, mas sempre em composição com outros fios, dando origem a uma grande variedade de tecidos. São exemplos o *Velva-Lure*, de aspecto aveludado, e o *Satin-Knit*, de aparência lustrosa, utilizados por marcas de roupas de banho como a *Jantzen*, na época, a maior fabricante mundial desses artigos. Inclusive, foi pioneira no uso do *Lastex* nesse segmento do vestuário, introduzido-o em suas criações no ano de 1932 (ADAMSON, 200[?], p. 10-11; LENCEK; BOSKER, 1989, p. 63) (Figuras 100).

Esses novos tecidos eram mais finos, secavam mais rápido e absorviam menos água que a malha de lã, dando origem a maiôs mais aderentes e que não perdiam a forma quando molhados, o que dificultava também a entrada de areia dentro da peça.

Embora o jersey fosse um tipo de tecido de estrutura elástica, não oferecia elasticidade de resistência em toda a peça, como os novos tecidos que utilizavam uma matéria-prima elastomérica em sua composição: os fios de borracha *Lastex*. Antes destes, o uso de materiais elastoméricos só era possível nas regiões onde tiras elásticas de borracha podiam ser costuradas, isto é, nas cavas e decote.

---

<sup>40</sup> As quantidades originais, em libras, foram convertidas para quilos, sendo que uma libra corresponde a 453,59 gramas. No texto original: *U.S. Rubber Company increased its production of Lastex from 32,00 pounds in 1931 to 1.2 million pounds in 1933*. Fonte: Green, 2000, p. 6.

Figuras 100 – Anúncios de maiôs com *Lastex*® da marca norte-americana *Jantzen*, anos 1930 e 1940.

Em 1938 (a), *Jantzen* anunciava seu novo tecido para maiôs, o *Wisp-o-weight*, uma combinação de lã e *Lastex*. A novidade prometia “vestir melhor, se amoldar e envolver firmemente o corpo. Ser extraordinariamente leve, excepcionalmente flexível e deliciosamente confortável”. O “milagre” era resultado de sua notável elasticidade nos dois sentidos, que proporcionava o efeito modelador de uma cinta.

No anúncio de 1946 (b), o modelo à esquerda era em *Velva-Lure* com *Lastex*, e o da direita em tecido anarruga de lã listrado.

Fonte: Washington University in St. Louis, 2016.

"SKIP THE FLATTERY, DARLING,  
MY JANTZEN TAKES CARE OF THAT,"



● **Shock flatters** are the new Jantzen Wisp-o-weight of pure wool and Lastex yarn. Flattering because they accomplish things never before achieved in swim suits. First, they fit better than any suits you have ever worn and, second, they mold and hold you more firmly. Yet—they are wondrously light, exceptionally soft, and delightfully comfortable.

The miracle is in Wisp-o-weight, a new Lastex and wool fabric created by Jantzen. Its remarkable elasticity with two-way stretch helps to win a true girdle-fit, an amazing degree of figure-control. For men it secures the snug trim lines of youth. These new Jantzens retain their perfection of fit permanently, in the water and out. They dry with astonishing rapidity. Try on one of these new Wisp-o-weight suits of soft resilient wool with Lastex yarn knitted in by an exclusive Jantzen process. For the difference! See the difference on your Jantzen.

**Jantzen**  
LASTEX WISP-O-WEIGHT SWIM SUITS

JANTZEN KNITTING MILLS,  
PORTLAND, OREGON, U.S.A.  
CANADA, ST. LOUIS, MISSOURI,  
LONDON, ENGLAND

THE GUPPER (left)—The deep V-neck opens the high-cut bodice. Best of this knit model. Wisp-o-weight fabric of Lastex-yarn and wool. Jantzen price, \$5.95. . . . Other Jantzen creations \$4.95 to \$12.95.

THE ZIP MICH (right)—Jantzen's revolutionary stretch with one-sided Velva-Lure, cooler and quicker to put on and take off. Marvelous fitted fabric of Jantzen-yarn wool. \$10.95. Other Jantzen Trends . . . . . \$2.95 to \$10.95.

JANTZEN KNITTING MILLS,  
PORTLAND, OREGON, U.S.A.  
CANADA, ST. LOUIS, MISSOURI,  
LONDON, ENGLAND

Jantzen  
LASTEX WISP-O-WEIGHT SWIM SUITS

JANTZEN KNITTING MILLS, Dept. 204, Portland, Oregon  
Send for more facts to your nearest Jantzen store.

Name \_\_\_\_\_  
City \_\_\_\_\_

(a)

(b)

"there's a man"



There's a man coming into your life  
if he's not present already . . . and you'll be very wise to let him find you  
in one of these enchanting new Jantzens. The lines definitely indicate that . . .  
so do the witching colors . . . or to put it mildly, the new Jantzens  
are more potent than ever. Left, Velva-Lure with "Lastex"  
yarn 7.95. Right, wool seersucker 6.95 . . . at most stores.

**Jantzen**  
SWIM SUITS • SUN CLOTHES

TAN WITH JAN . . . Jantzen's marvelous  
sun-screen lotion for a smooth soft skin-ton

17 JUN 46

Por isso, não apresentavam a mesma capacidade de aderência e sustentação da novidade. Tendo uma gramatura menor, os tecidos elásticos viabilizavam o uso de modelagens mais elaboradas, utilizando técnicas de sustentação empregadas na lingerie e nas roupas femininas, com a vantagem de não reter tanto os movimentos do corpo como acontecia com os tecidos sem elasticidade. Também se prestavam a confecção de modelos com recortes, franzidos, drapeados e volumes, favorecendo uma maior elaboração estética dos maiôs. Além disso, podiam ser fabricados com texturas, estampas e brilhos, entre outros acabamentos têxteis, e receber aplicações decorativas durante a confecção da peça ou depois de prontos.

O *Lastex* também era produzido como aviamento, na forma de fio único contínuo, de diâmetro maior que o daqueles usados na tecelagem, podendo ser encontrado em duas versões: sem e com revestimento, sendo este composto por uma trama de fios de fibras naturais e/ou artificiais. Antes de ser aplicado ao tecido com o auxílio de uma máquina de costura de ponto reto ou corrente, o fio *Lastex* era tensionado e enrolado ao carretel de bobina (carretilha), responsável por fornecer a linha que compõe o avesso da costura. O resultado era um efeito de franzido nas áreas de tecido costuradas, que assim adquiriam elasticidade.

A partir da década de 1930, o uso fio *Lastex* teve grande difusão, conferindo aos maiôs um aspecto enrugado característico. Eram populares modelos com grandes áreas franzidas, resultado de sua aplicação em uma série de costuras retas, paralelas e equidistantes, de largura definida de acordo com o efeito visual desejado, em geral, variando de um a três centímetros. Conforme a costura ia sendo executada, o fio de *Lastex* retornava à sua condição original, franzindo os pontos e, conseqüentemente, o tecido onde fora aplicado, conferindo-lhe elasticidade. Entretanto, essa “linha” não se prestava a costuras de união, responsáveis por juntar entre si as partes de uma peça.

Graças à elasticidade proporcionada por essa técnica, certos modelos de maiô puderam dispensar o uso de zíperes, botões e outras soluções de abertura e fechamento, simplificando sua confecção sem perder a aderência. Também permitia que uma mesma peça vestisse uma variedade maior de corpos exigindo menos ajustes, o que facilitava sua comercialização e o trabalho da costureira, fosse doméstica e de confecção. No Brasil, a técnica do *Lástex*<sup>41</sup> foi muito utilizada na fabricação de

---

<sup>41</sup> Essa técnica é utilizada até hoje na confecção feminina, tanto adulta quanto infantil.

maiôs, principalmente de algodão, principal produto da indústria têxtil nacional, sendo encontrado em grande quantidade, variedade e a preços acessíveis, inclusive no varejo.

Apesar do êxito comercial do *Lastex*, ele ainda apresentava limitações técnicas, pois a borracha não recebia bem o tingimento. O resultado eram fios de cor esbranquiçada, que costumavam aparecer em meio à trama do tecido quando distendido. Essa matéria-prima também deteriorava facilmente em contato com suor, cosméticos e bronzeadores, ressecando e perdendo sua capacidade de estiramento, podendo romper facilmente.

Por isso, maiôs confeccionados totalmente em borracha não tiveram vida longa no mercado. Lançados em 1932 nos Estados Unidos, foram desenvolvidos pela *U.S. Rubber Company* em parceria com algumas confecções, como a fabricante de cintas *Kleine* e a *U.S. Kool-Tex*. Esses maiôs receberam o nome de *Krepe-Tex* e apresentavam uma superfície texturizada. Outros fabricantes também disponibilizaram artigos semelhantes, como o *Knittex*, da *B.F. Goodrich*, conhecida fabricante de pneus. Assim surgiram no mercado diferentes versões de maiôs 100% borracha, de aspecto lisos, enrugado, estampado, com textura de tricô e em cores variadas, coordenando com touca e sapatos também de borracha.

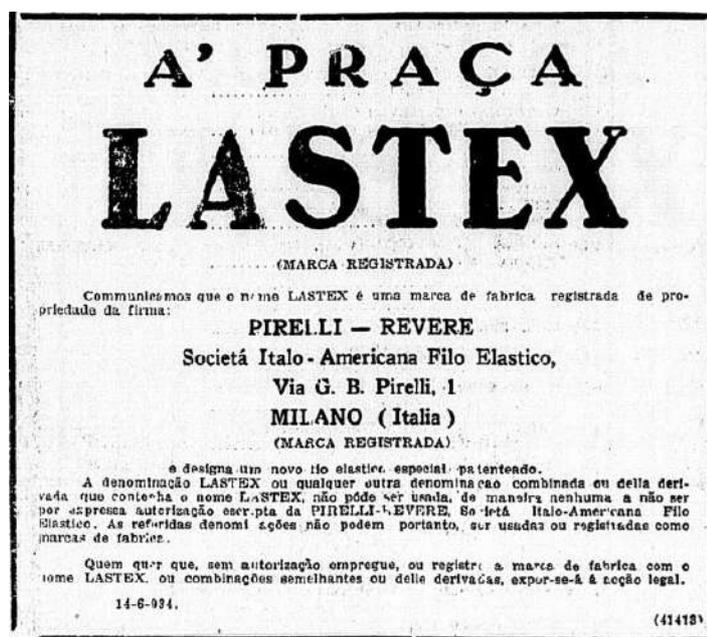
Entre as vantagens desses modelos estava a secagem rápida e a boa aderência ao corpo, que conferia uma aparência futurista a quem os usava, por outro lado, eram muito quentes e a borracha se tornava pegajosa com o tempo. Também costumavam rasgar e descascar com facilidade depois de algum tempo de uso, mesmo após passarem por testes de resistência à elevadas tensões (de até trezentas libras) e receberem outro tecido como forro. A facilidade com que a borracha se degradava inviabilizou esse tipo de maiô (LENCEK; BOSKER, 1989, p. 61 e 63).

#### 5.2.4 O *Lastex*® na Brasil

Visando ampliar sua atuação para além dos Estados Unidos, em 1914 foi criada a *U.S. Rubber Export Company*, braço da *U.S. Rubber Company* responsável por gerenciar os negócios internacionais. No Brasil, começou a funcionar em 1917, quando recebeu de Wenceslau Braz, o presidente da república, a devida autorização (DOU, 7 jun. 1917, p. 7158-7161). Seu primeiro escritório localizava-se na cidade do Rio de Janeiro, na Rua da Assembléia 83 – Centro, entre a atual Avenida Rio Branco e a Rua da

Quitanda<sup>42</sup> (ALMANAK LAEMMERT, 1918, p. 1214 e 1857; idem, 1919-1920, p. 4790).

No Brasil, os negócios da *U.S. Rubber Export Company* focavam principalmente na exportação de borracha natural amazônica e na importação e representação de produtos industrializados de borracha de fabricação própria, como calçados e pneus (ALMANAK LAEMMERT, 1924). Quanto à marca *Lastex*, seu registro no *Departamento Nacional da Propriedade Industrial*<sup>43</sup> já estava em andamento no ano de 1932 (DOU, 10 set. 1932, p. 17101). Em relação ao privilégio de invenção das técnicas de fabricação de fios e tecidos com *Lastex*, sua equivalência no Brasil foi obtida pela *U.S. Rubber Company* em 11 de abril de 1933, sob o pedido nº 12.238 — um ano após seu registro nos Estados Unidos (DOU, 13 jun. 1933, p. 11667-11669; idem, 26 nov. 1934, p. 23796).



Figuras 101 – Comunicado sobre o uso indevido da marca *Lastex*, 1934.

É possível que algumas empresas no Rio de Janeiro estivessem utilizando indevidamente a marca *Lastex* em seus produtos. No jornal *Correio da Manhã*, a *Pirelli-Revere*, proprietária dos direitos sobre essa marca, advertia que o uso indevido iria acarretar em sanções legais.

Fontes: *Correio da Manhã*, 1 jul. 1934, p. 20/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

<sup>42</sup> Em 1922, o escritório do Rio de Janeiro mudou para a Rua [Visconde de] Maranguape 5, entre a Rua Teotônio Regadas e a Travessa do Mosqueira, ligando a Avenida Mem de Sá à Rua da Lapa, tel.: Central 6136, caixa postal: 789, telégrafo: Rubexport-Rio (ALMANAK LAEMMERT, 1922-1923, p. 4790). Em 1929, assume novo endereço, a alguns metros do anterior, no Largo da Lapa 51-53, tel.: Central 0941 e 0942 (em 1930, tel.: 2-0941 e 2-0942), telégrafo: Rubexport-Rio (que em 1931 mudaria para Roubexport), entre as ruas da Lapa e Visconde de Maranguape, próximo a atual Sala Cecília Meirelles (ALMANAK LAEMMERT, 1922-1923, p. 4790; idem, 1929, p. 268; idem, 1930; idem, 1931, p. 1820). Por fim, em 1935, transferiu-se para a Avenida Presidente Wilson 305 [em 1938 aparece como 118], salas 301 e 304, tel.: 23-7770 [em 1938 aparece como 23-7770] e 22-7779, caixa-postal: 789, telégrafo: Roubexport (ALMANAK LAEMMERT, 1935; idem, 1938). Em 1919, possuía um segundo endereço, no centro da cidade de São Paulo: Avenida São João 92, entre as ruas Líbero Badaró e São Bento<sup>42</sup>. Mais à frente, foram firmadas representações com parceiros locais nas cidades de Belém do Pará, Manaus e Fortaleza (ALMANAK LAEMMERT, 1918, p. 1214 e 1857; idem, 1919-1920, p. 4790).

<sup>43</sup> Na época, o *Departamento Nacional da Propriedade Industrial* integrava o *Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio* e as informações sobre privilégios de invenção e marcas de indústria e comércio eram publicados na *Revista da propriedade Industrial*, que integrava o *Diário Oficial da União*.

Ainda em 1933, foi firmada a transferência da marca *Lastex* e das patentes relacionadas à fabricação do fio elástico de borracha para outra empresa, a *Società Pirelli-Revere*,<sup>44</sup> com sede na cidade italiana de Milão, na Via G. B. Pirelli 1 (BERGAMASCHI, 2011, p. 180). No Brasil, esse fato se comprova pelo *Diário Oficial* do dia 9 de junho de 1934, no qual os direitos sobre a marca *Lastex*, registrada sob o nº 34.412, foram transferidos para a empresa *Pirelli-Revere Società Italo-Americana Fila Elastico* (DOU, 12 jun. 1934). Na edição de 1º de julho de 1934 do jornal carioca *Correio da Manhã*, um comunicado publicado pela própria *Pirelli-Revere* notificava que *Lastex* era uma marca registrada em seu nome e alertava sobre os riscos inerentes ao uso indevido por terceiros (Figuras 101).<sup>45</sup>

Para chegarem ao Brasil, os tecidos, aviamentos e maiôs importados da marca *Lastex* estavam sujeitos à incidência de altos impostos, que encareciam seu preço final ao consumidor. Além disso, ainda eram uma novidade, mesmo em seu mercado original, os Estados Unidos. Portanto, quem usava tais maiôs eram, geralmente, mulheres com alto poder aquisitivo, que poderiam comprá-lo pelo preço elevado nas lojas nacionais ou durante viagens ao exterior — nessa época, restritas a uma elite.

Entre as propagandas pesquisadas, as mais antigas eram de lojas que, aparentemente, comercializavam tecidos e aviamentos *Lastex* importados, como os estabelecimentos *Mme. D’Orsi* (CORREIO DA MANHÃ, 18 ago. 1934, p. 5) e *Casa Mme. Sara* (JORNAL DO BRASIL, 12 out. 1935, p. 31). Aos poucos, começaram a aparecer nos jornais e revistas anúncios, como os da *Casa Allemã*, *Casa René*, *Casa Mme. Mary* e *Magazin Segadaes*, oferecendo maiôs confeccionados com tecido *Lastex* (Figuras 102). Colaboravam com sua propaganda as estrelas de Hollywood, que volta e meia apareciam em filmes e fotos de divulgação portando maiôs *Lastex* (Figura 103).

---

<sup>44</sup> O capital social da *Società Pirelli-Revere* estava dividido igualmente entre a *Società Italiana Pirelli*, pertencente ao grupo italiano *Pirelli* (muito conhecido como fabricante de pneus) e a *U.S. Rubber Company*, proprietária da *Revere Rubber Company* (BERGAMASCHI, 2011, p. 180).

<sup>45</sup> Ainda em 1934, o *Departamento Nacional da Propriedade Industrial* publicou o registro oficial da marca *Lastex*, no dia 13 de setembro desse mesmo ano (DOU, 17 set. 1934, p. 19113), sendo que esta, cerca de dois meses depois, passou por um redesenho nos Estados Unidos (JUSTIA TRADEMARKSb, 2014, p. 1). O pedido de registro dessa nova marca foi feito no dia 11 de fevereiro de 1946 e saiu no dia 18 de março de 1947, mas consta que foi usada pela primeira vez no dia 23 de novembro de 1934. Fontes: Justia Trademarksb, 2014, p. 1.

Figuras 102 – Anúncios de maiôs de tecido *Lastex*®, anos 1930 (continua).

O *Lastex* aparecia em destaque nos anúncios de lojas do Centro de Rio de Janeiro. Seja nos maiôs da própria marca ou na de terceiros. Nota-se também que no mercado carioca havia várias marcas de maiô, tanto nacionais quanto estrangeiras.

**PRAIAS**

Chegou o momento delas. Corpos brancos ou bronzeados desfilam, exibindo o que possa haver de mais belo e exuísito em

**ROUPAS DE BANHO**

A última novidade é a preocupação constante. Por ser assim, esta casa convida sua clientela para uma visita á sua

**SECÇÃO DE BANHO**

onde, predominando o "lastex", estão expostos os modelos mais recentes de

- VENUS
- WISPO
- FORMA
- VENCEDOR
- NEPTUNO
- GOLDFISH

como atestado flagrante da

QUALIDADE E PREÇO

do

**MAGAZIN**  
**SEGABRES**  
RUA URUGUAYANA 23/25 RIO  
PRÓXIMO A RUA 7

(d) *A Noite*, 19 jan. 1939, p. 3.

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2015.

**Menu de Natal**  
#A  
**CANADA'**

Meias Nylon Americanas..... desde Cr\$ 65,00  
Magníficos Lenços e Echarpes ..... desde Cr\$ 150,00  
Bolsas Esporte e Habillé ..... desde Cr\$ 140,00  
Perfumes Carnegie e Schiaparelli..... desde Cr\$ 295,00  
Blusas Esporte e Habillé ..... desde Cr\$ 75,00  
Jaquetes, Calças de Corduroy .... desde Cr\$ 240,00  
Magníficos Maillots de Lastex ..... desde Cr\$ 225,00  
Sweaters Americanas..... desde Cr\$ 95,00  
Elegantíssimos Guardachuvas ..... desde Cr\$ 275,00  
Poudriers-Cigarreiras ..... desde Cr\$ 75,00

... ainda... Peles para encantar!

TUDO A PREÇOS DE "ATRAÇÃO"

"Atrações Canadá" significam a garantia absoluta dos menores preços do País.

Estabelecimentos  
**CANADA'**

Av. Rio Branco, 136 \* Rue Sete de Setembro, 110 \* Rue Marconi, 53 — S. Paulo

Secod - 2924

(a) *Correio da Manhã*, 11 dez. 1947, p. 7.(b) *Diário da Noite*, 26 dez. 1936, p. 7.

**Sensacional Offerta!!!**  
**da CASA RENE'**

AVENIDA RIO BRANCO, 161  
Permittindo a vv. ss. examina-  
rem os nossos preços. Lindo sortimento de Blusas Escocesas, de seda, desde 18\$. Finissimo linge-  
rie, jogo com 2 peças, desde 35\$. Grande sortimento de roupas para banho LASTEX — nacionais e estrangeiras.

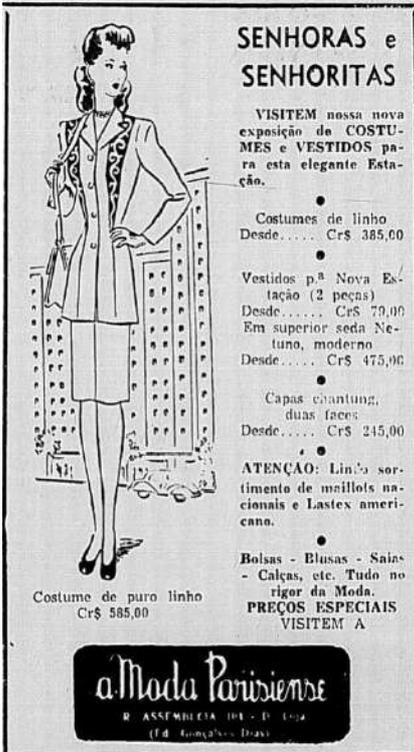
Av. Rio Branco, 161 - Tel. 22-0137  
**CASA RENE'**  
(NÃO TEM FILIAL)

(c) *Correio da Manhã*, 16 abr. 1944, p. 16.

**Modas e bordados**

CINTAS, soutiens e modeladores.  
Especialista faz com grande perfeição maillot de Lastex, sob medida. A rua Ministro Viveiros de Castro, 153, apto. 1. — Telefone 47-3577 — Mme. Margarida.  
(B 38278) 81

Figuras 102 (continuação) – Anúncios de maiôs com tecido Lastex®, anos 1930.



**SENHORAS e SENHORITAS**

VISITEM nossa nova exposição de **COSTUMES e VESTIDOS** para esta elegante Estação.

- Costumes de linho  
Desde..... Cr\$ 385,00
- Vestidos p.<sup>a</sup> Nova Estação (2 peças)  
Desde..... Cr\$ 79,00
- Em superior seda Ne-luno, moderno  
Desde..... Cr\$ 475,00
- Capas qnantung, duas faces  
Desde..... Cr\$ 245,00

**ATENÇÃO:** Linho sortimento de maillots nacionais e Lastex americana.

Bolsas - Blusas - Saias - Calças, etc. Tudo no rigor da Moda.

**PREÇOS ESPECIAIS VISITEM A**

Costume de puro linho  
Cr\$ 585,00

**a Moda Parisiense**  
R. ASSEMBLEIA 101 - D. Loja  
(Ed. Gonçalves Dias)

(a) *Correio da Manhã*, 13 out. 1946, p. 3.



**A ULTIMA NOVIDADE DAS PRAIAS**

**MAILLOT SETIM DE SEDA LASTEX 98\$**

**CAMIZEIRO**  
26-30-32-34 ASSEMBLEA

(b) *A Noite (suplemento)*, 8 fev. 1940, p. 23.

**1.º ANIVERSARIO GRANDE**

**Liquidução MODA'S**

**CASA MME. MARY**

**VENDAS SEM LUCRO**

15 de Janeiro até 15 de Fevereiro

|                                             |             |
|---------------------------------------------|-------------|
| Faillleur de linho inglês .....             | Cr\$ 350,00 |
| Faillleur de panamá .....                   | 300,00      |
| Faillleur de gorguron .....                 | 250,00      |
| Faillleur de seda .....                     | 150,00      |
| Vestidos norte-americanos .....             | 65,00       |
| Regnoires seda .....                        | 200,00      |
| " tafelá .....                              | 195,00      |
| Quimonos .....                              | 55,00       |
| Roupa de banho americanos lastex .....      | 155,00      |
| "    " pura lã .....                        | 65,00       |
| Shorts de 3 peças .....                     | 45,00       |
| Vestidinhos para crianças ambos sexos ..... | 15,00       |
| Calças de senhoras .....                    | 35,00       |

**BOLSAS ARGENTINAS DE CROCODILO**  
Importação Propria .....
 450,00 |

**SO' VENDO PARA ACREDITAR**

Aproveitem esta oportunidade de pleno verão que a CASA MME. MARY oferece nestes 30 dias

AV. COPACABANA 1187-A - TEL 27 7563

(c) *Correio da Manhã*, 18 jan. 1944, p. 6.



**Casa Allema**  
Rua Ouvidor - Rua Gonçalves Dias

**Nova fase de vendas**  
Artigos de sup. qualidade por preços ao alcance de todos

**Praias ou piscinas**

**PARA SENHORAS:**

Maillot "Miami" em pura lã, desde..... 98.-

**Forma - Lastex - Balnea**  
Calças de Pyjamas, desde .... 36.-  
Blusas de Pyjamas " .....
 18.500 |

**PARA HOMENS:**  
Calções "Miami", desde..... 19.500  
Maucões "Miami" " .....
 28.- |

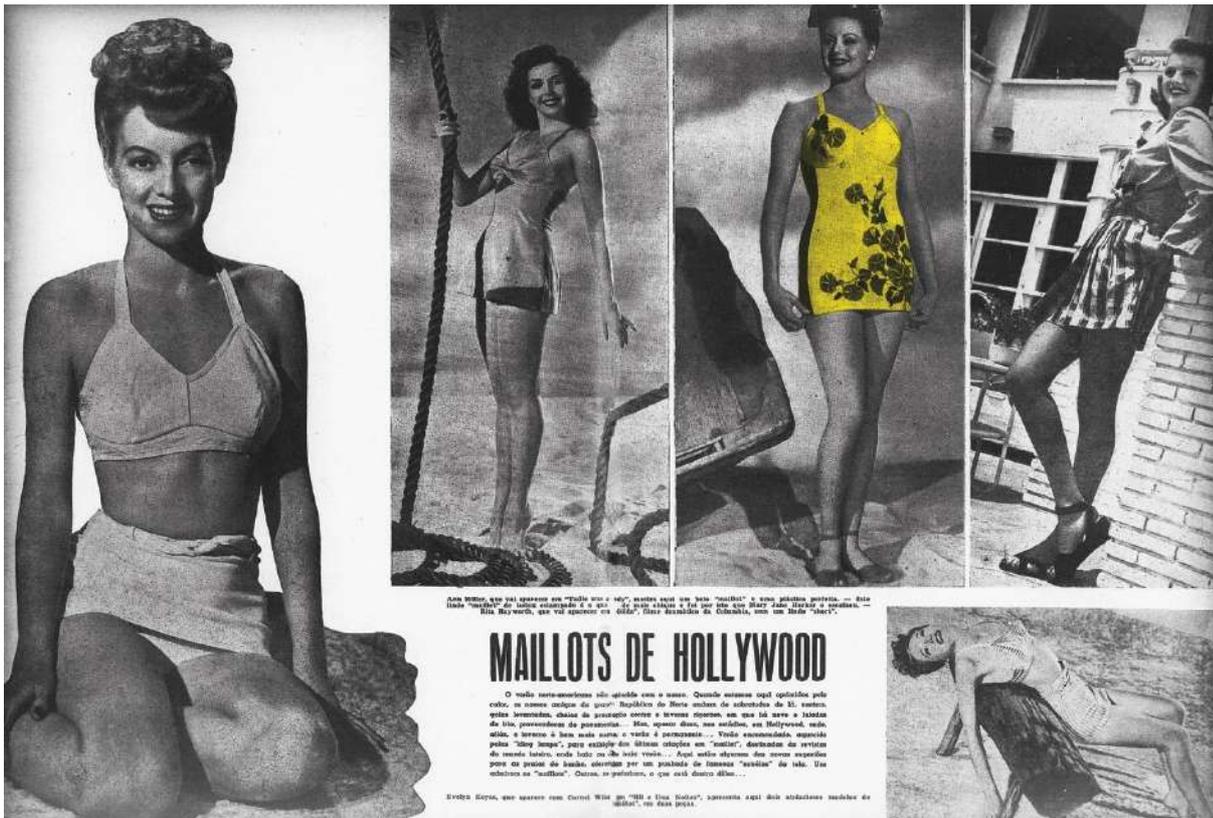
**PARA CRIANÇAS:**  
Calções "Miami", desde .....
 12.- |

Maucões "Miami", " .....
 15.- |

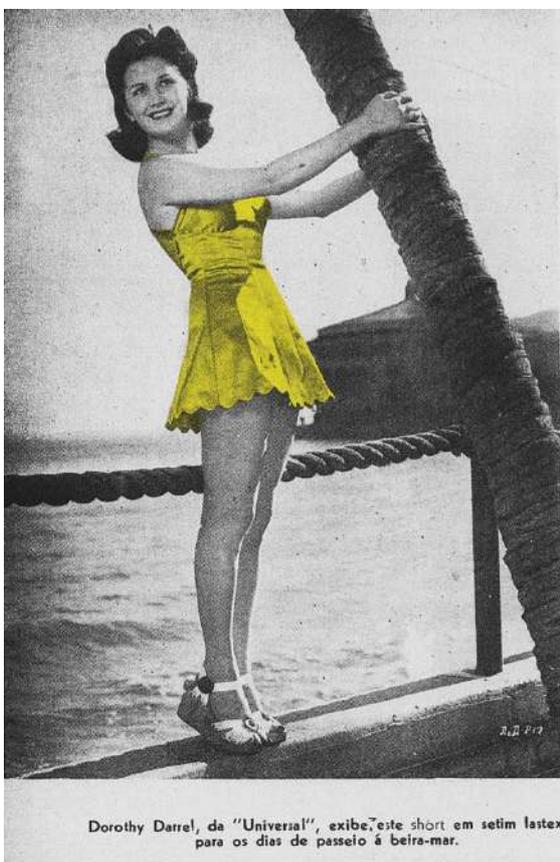
**CONTAS BOUCAS SAPATOS**  
"Phoenix" "Phoenix" .....
 11.- |

2.500 .....
 12.- |

(d) *Diário Carioca*, 17 jan. 1935, p. 5.



(a) A Scena Muda, 5 fev. 1946, p. 16-17.



(b) A Scena Muda, 9 dez. 1941, p. 17.

Figura 103 – O maiô de Lastex vestindo estrelas de cinema, anos 1940.

Visando ampliar sua influência sobre os países da América Latina durante a Segunda Guerra Mundial (1938-1945), os Estados Unidos pôs em prática uma política de boa vizinhança.

A difusão do *American way of life* através do cinema fazia parte dessa estratégia. Por isso, os estúdios de Hollywood enviavam gratuitamente para imprensa brasileira farto material de divulgação de suas produções, astros e estrelas.

Os figurinos usados pelas atrizes atraía a atenção feminina, principalmente a moda esportiva, competindo com Paris como centro influenciador da moda. Várias marcas de moda praia norte-americanas souberam tirar partido dessa associação, que ajudou a divulgar o Lastex no mercado brasileiro.

Os modelos identificados como Lastex são os assinalados em amarelo.

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Seja pela postura *coquete* dessas atrizes, pela aderência superior proporcionada pelo novo fio elástico ou por seu preço elevado, não era incomum associar o uso de maiô de *Lastex* a mulheres de temperamento frívolo, É o que mostra o texto publicado no jornal *Beira-Mar*, assinado pelo jornalista Leon Eliachar (BEIRA-MAR, 9 out. 1943, p. 10):

FOLHA DE UM DIÁRIO...

PERSONAGEM: Uma garota

CARACTERES ADQUIRIDOS: Cabelos lisos, soltos sobre os ombros; oxigenados. Uma pastinha cobre-lhe o olho esquerdo... à la Veronica Lake, Lábios rubros, sensuais... batom Michel. Faces alvas, ligeiramente coradas... pelo rouge. Olhos azuis, meigos... com um ligeiro brilho de malícia. O tipo da garota ingênua... à primeira vista...  
 CARACTERES HEREDITARIAS: Por parte materna — Frivolidade. Por parte paterna — Um par de sapatos.

SEGUNDA-FEIRA

Onze horas da manhã. Protesta, irritada, por terem-na acordado tão cedo...  
 Todavia, levanta-se, espreguiça-se, e vai diretamente ao banheiro lavar o rosto sonolento, escovar os dentes. Põe o seu maiô *Lastex* e dirige-se para a mesa, onde o “breakfast” já a espera. [...]  
 (BEIRA-MAR, 9 out. 1943, p. 10).

Voltando à questão do preço, os maiôs de *Lastex* custavam praticamente o dobro do valor de um de lã, o que pode ser constatado pelo anúncio da liquidação da *Casa Mme. Mary*. Nela loja, o maiô de *Lastex* saía por Cr\$155,00, enquanto o de lã por Cr\$65,00. Também é pertinente notar que, em 1944, após mais de dez anos do lançamento do *Lastex*, este tipo de maiô ainda não havia substituído por completo o trajes de banho de lã. Seja pelo preço alto ou por ser considerado muito fino e aderente (CORREIO DA MANHÃ, 18 jan. 1944, p. 6).

No mercado carioca, havia uma grande variedade de marcas nacionais e estrangeiras de maiôs de *Lastex*, além daqueles que levavam a marca *Lastex*. Algumas delas são *Venus*, *Goldfish*, *Forma*, *Wispo*, *Vencedor*, *Neptuno*, *Balnéa* e *Miami*. Entretanto, não foi possível distinguir com precisão quais estabelecimentos vendiam peças originais da marca *Lastex* e quais comercializavam maiôs de outras marcas fabricados com tecido com fios de *Lastex* em sua composição. Até por que os preços, quando apareciam nos anúncios, eram muito variados, como se vê a seguir (Quadro 12).

Quadro 12 – Comparativo de preços de maiôs com *Lastex*.

| ANO  | LOJA           | MARCA         | PREÇO      | FONTE                                                                           |
|------|----------------|---------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1935 | Casa Allemã    | Miami         | Cr\$38,00  | Diário Carioca, 17 jan. 1935, p. 5                                              |
| 1939 | O Camizeiro    | Van-Cloque    | Cr\$54,00  | Correio Da Manhã, 17 dez. 1939, p. 5<br>A Noite Suplemento, 22 dez. 1939, p. 51 |
| 1940 | O Camizeiro    | <i>Lastex</i> | Cr\$98,00  | A Noite Suplemento, 8 fev. 1940, p. 23                                          |
| 1944 | Casa Mme. Mary | <i>Lastex</i> | Cr155,00   | Correio da Manhã, 18 jan. 1944, p. 6                                            |
| 1947 | Canadá         | <i>Lastex</i> | Cr\$225,00 | Correio da Manhã, 11 dez. 1947, p. 7                                            |

Os preços em Réis foram convertidos para Cruzeiros, moeda que passou a circular a partir de 1942, considerando 1\$000 (1 mil-réis) equivalente a Cr\$1,00, de acordo com o Decreto-lei nº 4.791, de 5 de outubro de 1942, publicado no *Diário Oficial da União* de 6 de outubro de 1942, p. 14899.

Fontes: Diário Carioca, 17 jan. 1935, p. 5; Correio Da Manhã, 17 dez. 1939, p. 5; A Noite Suplemento, 22 dez. 1939, p. 51; idem, 8 fev. 1940, p. 23; Correio da Manhã, 18 jan. 1944, p. 6; Correio da Manhã, 11 dez. 1947, p. 7/Biblioteca Nacional Digital, 2015.

A partir de 1945 o acesso a produtos com *Lastex* foi facilitado, com a constituição da empresa *Lastex do Brasil S.A.*<sup>46</sup> para a “fabricação de elásticos em geral (fios de borracha cobertos ou não), gangas<sup>47</sup>, linhas e redes para cabelos e respectiva venda” (DOU, 15 jun. 1945, p. 10684-10685; idem, 3 jul. 1945, p. 11649-11653). A produção nacional tornou o *Lastex* muito mais acessível, tanto para confecções como a *Malharia Confiança Ltda.* (A NOITE SUPLEMENTO, 13 out. 1953, p. 24), quanto para costureiras e modistas (CORREIO DA MANHÃ, 16 abr. 1944, p. 6). Algumas chegavam a destacar em seus anúncios sua habilidades na confecção de maiôs de *Lastex* sob-medida (Lista 3.5). No entanto, parece que nenhuma empresa nacional, nem mesmo a *Lastex do Brasil*, chegou a fabricar maiôs com a marca *Lastex*, cujos direitos de uso para esse fim pertenciam à *Pirelli-Revere Società Italo-Americana Filo Elastico*.

<sup>46</sup> Constituída em 25 de maio de 1945, a *Lastex do Brasil S.A.* teve sua certidão despachada no *Ministério do Trabalho e Comércio* no dia 11 de junho e publicada no *Diário Oficial* em 15 de junho do mesmo ano, sob o processo nº 9.604-45 (DOU, 15 jun. 1945, p. 10684-10685). Sua sede ficava na Rua Afonso Pena 148, no bairro da Tijuca, Rio de Janeiro, tendo como diretores o brasileiro Angelo Brocchi e o libanês Benoit Serraf (DOU, 15 jun. 1945, p. 10684-10685; idem, 3 jul. 1945, p. 11649-11653).

<sup>47</sup> Ganga é um tipo de tecido de algodão em que somente os fios do urdume (longitudinais) são tingidos com corante anil, normalmente com ligamento sarja, isto é, o jeans.

Quadro 13 – Costureiras domésticas que faziam maiôs de *Lastex* sob-medida.

1. Senhora residente em Copacabana, tel.: 37-3382. Entre outros tipos de roupas, confeccionava maiôs de *Lastex* (CORREIO DA MANHÃ, 5 out. 1947, p. 10).
2. CASA MME. MARGARIDA: localizava-se na rua Ministro Viveiros de Castro 153, aptº 1, tel.: 47-3577 – Copacabana (entre as ruas Rodolfo Dantas e Duvivier). Afirmava ser “especialista”, fazendo “com grande perfeição maiô de *Lastex*, sob-medida” (CORREIO DA MANHÃ, 16 abr. 1944, p. 6).

Fonte: Biblioteca Nacional Digital, 2015.

Em 1946 teve fim o Estado Novo, regime ditatorial implantado por Getúlio Vargas. O novo presidente da república, Eurico Gaspar Dutra, eleito diretamente, implementou uma política de menor intervenção do Estado na economia, favorecendo a liberdade cambial e alfandegária, o que estimulou as importações (FGV CPDOC, 2001).

O resultado foi uma balança comercial deficitária já em 1947, que levou o governo a rever seu posicionamento e criar um sistema de licença prévia para as importações, que afetou diretamente a compra de tecidos e maiôs de *Lastex* no exterior. É o que mostra a notícia estampada na primeira página do jornal *A Manhã* de 4 de novembro de 1951, sobre os novos critérios para importação de fios e tecidos elásticos estabelecidos pela *Carteira de Exportação e Importação (Cexim)*<sup>48</sup>. A partir de então, esse periódico passou a noticiar as licenças de importação concedidas pela *Cexim*, como a que foi concedida a José Hirschberg para comprar Cr\$314.500,00 de *Lastex* de procedência inglesa (A MANHÃ, 28 ago. 1952, p. 9).

...

A introdução de novos materiais à base de borracha natural contribuiu para que a moda de trajes de banho evoluísse em direção a uma maior exposição do corpo feminino e a modelos mais aderentes. Dispondo de tecidos leves e elásticos, os maiôs se tornaram mais elaborados, tomando emprestado da moda feminina soluções de modelagem e construção, como pences, recortes e franzidos. Dos novos sutiãs e cintas assimilou técnicas de estruturação interna, responsáveis por

<sup>48</sup> A *Carteira de Exportação e Importação (Cexim)* era um órgão do Banco de Brasil. Na época, ainda não havia o Banco Central, que só foi criado em 1964, por isso a política monetária brasileira ficava sob responsabilidade de subunidades do Banco do Brasil (D'ARAUJO, 2015). De acordo com este órgão, foi negada a licença de importação de fios de borracha natural de seção quadrada, com ou sem revestimento, de tecidos elásticos para fabricação de cintas e de maiôs. Já os fios de borracha sintética de seção redonda, com ou sem revestimento, e os tecidos elásticos para fabricação de maiôs tiveram licença autorizada, mas para suprimento semestral. Além disso, o pagamento das importações teria que ser feito apenas em moedas conversíveis e estas ficavam restritas, exclusivamente, aos consumidores diretos e de acordo com suas reais necessidades (A MANHÃ, 4 nov. 1951, p. 1 e 7).

auxiliar na sustentação, compressão, disfarce e/ou ênfase de determinadas partes do corpo. Cavas e decotes, tanto na frente quanto nas costas, puderam se acentuar graças à elasticidade e aderência dos novos tecidos, o uso de tiras elásticas e as novas técnicas de construção. Em contrapartida à maior exposição de costas, ombros e decote, muitos maiôs traziam um saíote curto e ajustado acoplado à frente do maiô, que disfarçava o contorno do púbis. Novas cores, estampas e tecidos multiplicaram as opções de modelos, aproximando a roupa de praia da moda, enquanto Hollywood e as marcas norte-americanas de trajes de banho se destacavam como referências. A borracha natural dominou a fabricação de fios elastoméricos até 1962, quando a *DuPont*, proprietária da *U.S. Rubber Company* desde 1927 (CARSON, 1999, p. 1042; O'CONNOR, 2015), lançou no mercado norte-americano o primeiro elastômero sintético: a Lycra.

## 6. O PRIMEIRO BIQUÍNI (1946)

O biquíni foi lançado oficialmente no dia cinco de julho de 1946, quatro dias antes do início da temporada parisiense de desfiles de moda e durante o primeiro verão europeu após o fim da Segunda Guerra Mundial (1938-1945). Isso aconteceu na piscina pública Molitor, em Paris, durante um evento para o qual a imprensa havia sido convocada. Seu criador foi Louis Réard, um engenheiro automotivo que, com o fim do conflito, foi trabalhar na fábrica de lingerie de sua mãe (LENCEK, BOSKER, 1988, p. 90; KENNEDY, 2007, p. 134-135; SALEN, 2013, p. 75).

A única moça que aceitou desfilá-lo foi Micheline Bernardini, uma jovem de dezenove anos, *stripper* do Cassino de Paris. Esse primeiro biquíni foi confeccionado com 76 cm de tecido de algodão estampado com notícias de jornal. Ele era muito menor que os trajes de banho comumente usados pelas mulheres da época, (KENNEDY, 2007, p. 134-135), por isso, diziam que cabia todo em uma caixa de fósforos, como a que aparece na mão de Micheline (Figura 104a). Seu nome foi uma alusão ao Atol de Bikini, localizado no arquipélago das Ilhas Marshall, ao sul do Oceano Pacífico, onde militares norte-americanos iniciaram uma série de testes com a bomba atômica no dia primeiro de julho de 1946 (LENCEK, BOSKER, 1988, p. 90).

Outra versão credita a autoria do primeiro biquíni ao estilista de alta costura parisiense Jacques Heim, que dois meses antes lançara um modelo chamado *Atome* em sua loja de Cannes, na Riviera Francesa. A peça era semelhante ao biquíni, embora não tão cavada e seu nome significava átomo, em homenagem à menor partícula de matéria (KENNEDY, 2007, p. 134-135). Para divulgá-lo, contratou aviões, que escreveram no céu, com fumaça, a seguinte frase: “Átomo – o menor traje de banho do mundo”. Menos de três semanas depois, veio a revanche de Réard, que usou a mesma tática publicitária mudando ligeiramente a frase para “Bikini – Menor que o menor traje de banho do mundo” (LENCEK, BOSKER, 1988, p. 90).

É possível que a inspiração de ambos tenha vindo da observação das francesas durante o bronzamento. Fotos feitas por Ralph Morse, em 1945, para a revista norte-americana *Life*, mostram que algumas delas tinham por hábito enrolar o maiô duas-peças para que ficasse menor, expondo uma área maior do corpo ao sol. Outras já usavam peças mais reduzidas que o usual, muito semelhantes ao biquíni contemporâneo (Figuras 105).

Nos anos 1950, o biquíni já era bem aceito na França, mas nos Estados Unidos só foi adotado por volta de 1965 (CALLAN, 1998, p. 33).

Figura 104 – Micheline Bernardine com o biquíni criado por Louis Réard, lançado em 5 de julho 1946.

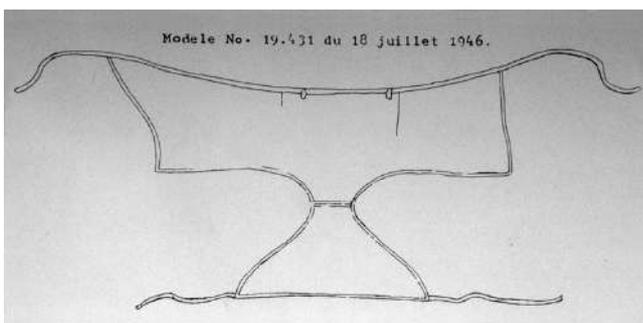


(a) Micheline Bernardine posando de biquíni para a imprensa francesa após vencer o concurso de beleza da piscina pública Molitor, em Paris. Em sua mão esquerda, a caixa de fósforos onde caberia a nova roupa de banho criada por Louis Réard.

(b) A marca de bronzeamento nas costas e nádegas mostra o quanto o biquíni era menor que os maiôs duas-peças usuais.



(c) A patente do biquíni foi registrada no dia 18 de julho de 1946. Seu desenho mostra que a parte traseira da calcinha parecia um lenço. As pontas quadradas podiam ser dobradas ou enroladas para deixar à mostra uma área maior das nádegas, ampliando a área de bronzeamento.



Fontes: (a) Gamma/Keystone, Getty Images, 2014; (b) (c) Bikini Science, 2014.

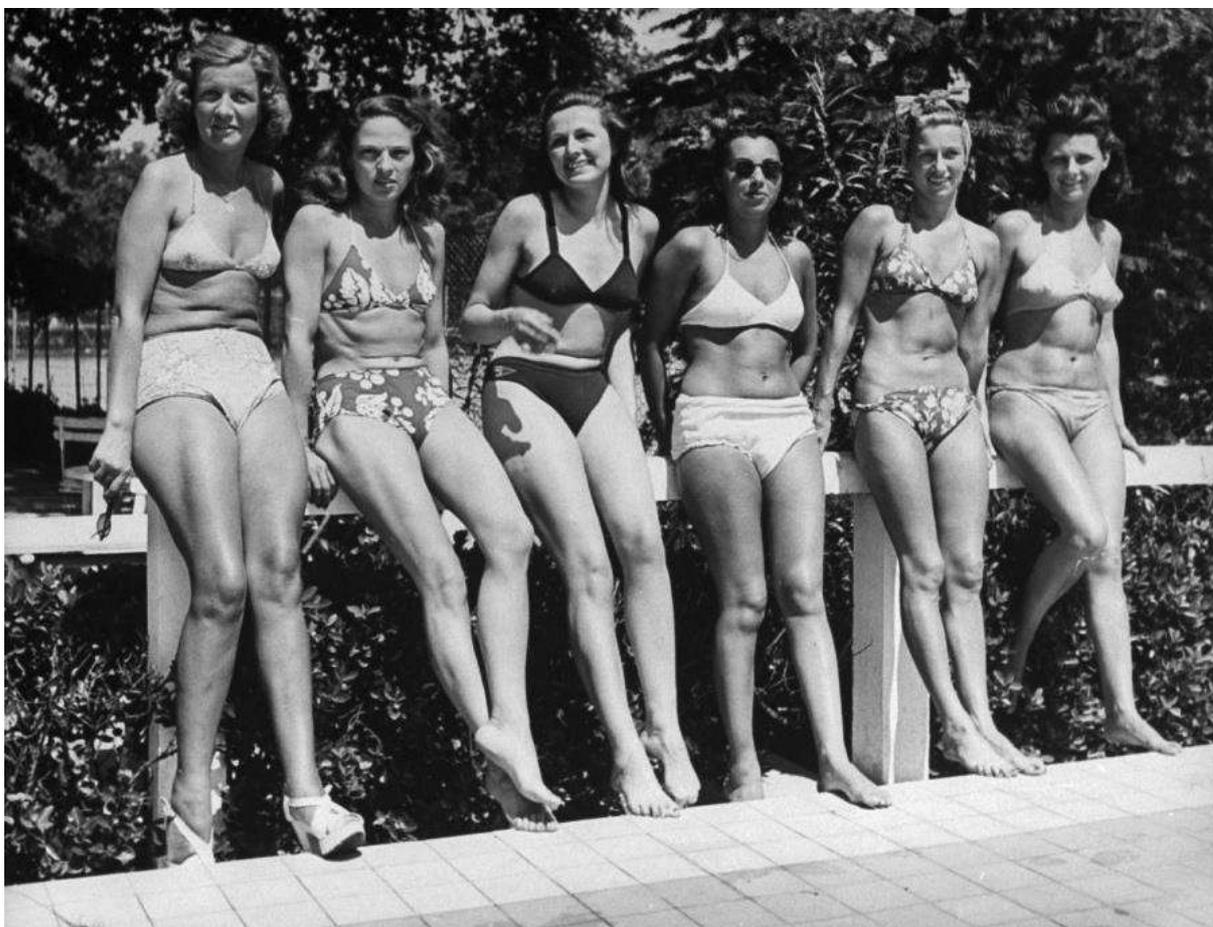


Figuras 105  
Francesas se bronzeando,  
por Ralph Morse, 1945.

Em 1945, no final da Segunda Guerra Mundial (1938-1945), o fotógrafo Ralph Morse fez estas fotos em uma piscina pública de Paris, para a revista norte-americana *Life*.

Elas mostram que, na França, já haviam mulheres que adotavam maiôs duas-peças bem menores que os modelos usuais da época.

Fonte: Time & Life/  
Getty Images, 2014.



\*\*\*

O bombardeio atômico às cidades japonesas de Hiroshima e Nagasaki em agosto de 1945, no final da Segunda Guerra Mundial (1938-1945), causou tremenda destruição e chocou o mundo. Mesmo com o fim do conflito, a possibilidade de uma guerra nuclear parecia factível, pois se estabeleceu uma política internacional de Guerra Fria, encabeçada, de um lado, pelos Estados Unidos e, de outro, pela União Soviética.

Em 1946, conforme se aproximava a data dos testes nucleares no arquipélago de Bikini, mais a imprensa brasileira noticiava os preparativos conduzidos pela marinha norte-americana. Muito se especulava sobre os possíveis conseqüências da explosão da bomba e o alcance de seu poder de destruição. Tanto que, no Rio de Janeiro, o Serviço Meteorológico estava preparado para disparar uma rádio-sonda na mesma hora da explosão, para monitorar os possíveis alterações de temperatura, umidade e pressão nas camadas superiores da atmosfera brasileira (A NOITE, 1 jul. 1946, p. 9). No entanto, a destruição causada pela bomba aparentemente não ultrapassou as imediações do arquipélago que, ainda hoje, permanece inabitado devido aos altos índices de radioatividade (WORLD HERITAGE CENTRE, 2016).

O episódio serviu para popularizar o termo *bikini*, que, no Rio de Janeiro, emprestou seu nome a boate, cachorro, marchinha de Carnaval e espetáculos de teatro de revista, como *Bikini de Filó*, *Meu bikini tem folga...*, *Tem areia no bikini* e *O que é que o bikini tem?* (A MANHÃ, 18 out. 1948, p. 3; Idem, 3 jan. 1951, p. 8; Idem, 18 ago. 1951, p. 5; Idem, 6 abr. 1952, p. 8; Idem, 3 fev. 1953, p. 11; A NOITE – SUPLEMENTO, 8 jan. 1952, p. 7; O SEMINÁRIO, s.d., p. 13). No entanto, sua utilização mais famosa e internacional foi como nome de traje de banho, batizando todos os modelos de maiô duas-peças cujo cóis da calcinha terminasse abaixo do umbigo. Foi uma questão de tempo para que ganhasse uma grafia em português, tornando-se biquíni.

A partir dos anos 1960 o uso do biquíni se difundiu, de fato, entre as cariocas e nas décadas seguintes surgiram modelos de dimensões muito reduzidas, como a tanga (anos 1970) e o fio-dental (anos 1980), populares na areias de Copacabana e Ipanema. A originalidade dessas modelagens, aliada à fama de beleza e sensualidade atribuída às mulheres cariocas e difundida maciçamente no exterior pelo órgão oficial de promoção do turismo nacional, a EMBRATUR, contribuíram para despertar o interesse de mercado internacional pela moda praia do Rio de Janeiro. Entretanto, muitos fabricantes ainda não estavam estruturados para atender as exigências de

prazo e qualidade de mercados mais experientes, como o europeu e o norte-americano, o que prejudicou a imagem do produto nacional no exterior (RUBIM, 2004, p. 77-78). Entre as excessões merecem destaque *Blue Man* e *Bum Bum*.

Nos anos 1990, algumas marcas cariocas, fortemente identificadas com a cultura praiana da Zona Sul, como *Salinas* e *Lenny Niemeyer*, consagradas por desenvolverem produtos considerados de alta qualidade em relação aos materiais, acabamentos e aspectos estéticos, começaram a conquistar espaço no exterior. Dispondo de uma estrutura produtiva e de negócios mais madura em um contexto econômico globalizado, tais marcas souberam tirar partido das oportunidades que surgiram. Muitas delas estimuladas pela visibilidade conquistada pelo Brasil na moda internacional em função da consagração da *top model* gaúcha Gisele Bündchen como o grande referencial de beleza feminina da época. Referencial esse que se caracteriza por uma silhueta corporal curvilínea, uma aparência de saúde e uma sensualidade mais natural, que se mantêm até hoje e casa com a imagem atribuída à mulher carioca da Zona Sul. Aquela que tem a praia como território emblemático, espaço ideal para a exibição de sua beleza e de seu corpo, vestido e valorizado por um biquíni.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda praia é o segmento da indústria de confecção brasileira que mais tem contribuído para a difusão da capacidade projetual e criativa do design de vestuário brasileiro. No entanto, o conhecimento sobre a história do setor e o papel do designer nesse processo ainda é pouco explorado, estando mais concentrado no período a partir da segunda metade do século XX.

Como foi visto, a estruturação da indústria de moda praia carioca teve início nas últimas décadas do século XIX. Sua evolução acompanhou o processo de incorporação da cultura balneária pela população e a integração da praia à identidade cultural da cidade. Mesmo que ainda muito atrelada a padrões internacionais durante o período analisado, foi essa produção proporcionou as bases para o desenvolvimento de um setor que, hoje, influencia outros segmentos de moda contemplados pela indústria de confecção do Rio de Janeiro e do Brasil.

Ao contrário do que afirma o senso comum, o carioca nem sempre considerou a praia como um dos espaços mais valorizados da cidade e dedicado ao lazer. Tampouco usou roupas desenvolvidas específicas para frequentá-la, seja na areia ou no mar. No Rio de Janeiro, a adoção do banho de mar como um hábito saudável e socialmente valorizado, assim como o uso de roupas específicas para este fim, ganha destaque a partir dos primeiros anos do século XIX, com a chegada da família real portuguesa à cidade. O convívio com a corte, a abertura do comércio ao mercado internacional e o incremento da circulação de informação com a instalação da imprensa descortinaram novos hábitos e um universo de novidades de consumo, de difícil acesso até então, em função do isolamento imposto à colônia.

Os banhos terapêuticos foram uma dessas novidades e o banho de mar uma de suas modalidades, tendo como precursores os ingleses, referenciados por estudos médicos que atestavam seus benefícios à saúde. Na Europa, a difusão do banho de mar com fins terapêuticos se deu por volta de 1750 e, ao final do século XVIII, já era adotado por membros de diversas cortes e pela alta burguesia.

Antes disso, já se tomava banho de mar, mas por outras motivações e de modo diferente. Era uma prática restrita basicamente às populações que desempenhavam algum tipo de atividade econômica ligada ao mar, como as comunidades de pescadores e os marinheiros. De acordo com o senso comum, o oceano não era visto como um ambiente convidativo, pois estava associado ao

desconhecido e à loucura, suscitando temor (CORBAIN, 1989, p. 12-29). Entre a elite do Rio de Janeiro, até o século XIX, a relação com o mar não era muito diferente e suas águas eram utilizadas como local de despejo dos dejetos produzidos pela população, o que não contribuía para torna-lo atrativo. Antes disso banhos eram tomados em rios ou dentro de casa, em gamelas cheias d'água.

Nos banhos de mar terapêuticos, a obrigatoriedade do uso de roupas contornava o sentimento de vergonha despertado pela exposição do corpo ao olhar alheio e estimulado pela moral religiosa. Afinal, a praia era um ambiente aberto à circulação de pessoas estranhas. Por isso, não só roupas mas vários recursos foram criados ou adequados para preservar a intimidade dos curistas no mar. São exemplos as *bathing machines*, as cabines, os toldos, os tanques, as barracas, a especificação de zonas e horários específicos para os banhos de homens e mulheres, separados, e, é claro, as roupas: objeto de estudo que contrastavam com o comportamento dos demais estratos sociais. Segundo Norbert Elias (2011, p. 105), essa diferença era reflexo do constante refinamento e aprimoramento das normas de conduta pela classe alta, impulsionado como reação à imitação e ao interesse crescentes dos demais estratos sociais por seus costumes, comportamentos e modas. Esse fenômeno, denominado *processo civilizador*, se intensificou a partir do século XVII e ganhou maior impulso no centênio seguinte, motivado pelo enriquecimento da burguesia em determinados países europeus.

Como reflexo dessa dinâmica, um sentimento crescente de vergonha para com todos os aspectos relacionados à sexualidade foi se instaurando e se tornou preponderante a partir do século XIX (ELIAS, 2011, p. 173). Nos banhos de mar evitava-se o contato mais íntimo entre os sexos, assim como a exposição da nudez, total ou parcial, sugerida pelas formas corpo sob uma roupa de banho molhada, que se torna demasiadamente transparente e aderente. Vale ressaltar que tais cuidados, embora pertinentes a homens e mulheres, eram bem mais rígidos para com elas.

A influência desse *processo civilizador* (ELIAS, 2011) também se fez presente no Rio de Janeiro a partir dos anos 1800, motivada pela presença real, cujos costumes e gostos se alinhavam aos padrões europeus. Assim, foram adotados pela alta sociedade local, ciosa por se adaptar à nova realidade e competir em influência com os recém-chegados membros da corte portuguesa. Nesse contexto, o banho de mar e outras terapias aquáticas passaram a integrar os hábitos da elite carioca, espalhando-se para além dela ao longo do século XIX.

Inicialmente, os banhos de mar na capital carioca eram tomados em praias que, na época, estavam mais distantes do núcleo central da cidade, como Botafogo, Lapa e Caju, ou Boa Viagem em Niterói, menos povoadas e, portanto, mais limpas. Para isso, era necessário o aluguel de alguma morada próxima, além do transporte de todo o aparato necessário para os banhos, o que tornava essa atividade dispendiosa. Outra opção era o uso da barca de banhos, que ficava atracada em meio à baía de Guanabara, na direção do largo do Paço, que, pelo preço de um ingresso, oferecia a infraestrutura necessária. Nela, homens e mulheres se banhavam em separado (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, 1811, p. 4).

Ao longo do século XIX, as condições higiênicas precárias da cidade, agravadas pelo crescimento da população e uma conseqüente crise de moradia, levaram à propagação de uma série de epidemias (BENCHIMOL, 1992, p. 180-182). Diante desse panorama, o interesse por tratamentos higiênicos e de saúde cresceu, contribuindo para a difusão dos banhos terapêuticos entre a população. Esse fenômeno pôde ser constatado pela análise da quantidade de casas de banho que anunciavam no *Almanak Laemmert*. Essa publicação anual, chamada oficialmente de *Almanak administrativo, mercantil e industrial do Rio de Janeiro*, começou a circular em 1844.

De acordo com *Almanak*, o banho de mar se tornou, de fato, popular no Rio de Janeiro na década de 1880, quando o número de casas dedicadas à essa modalidade de banhos aumentou consideravelmente. Elas se concentravam nas praias de Santa Luzia e Boqueirão, no Centro, e do Flamengo, na Zona Sul, oferecendo cabines para a troca de roupa, cordas de segurança e o auxílio opcional de um banhista profissional, espécie de salva-vidas e instrutor particular. Além das casas de banho, outros tipos de estabelecimentos presentes no *Almanak* também ofereciam facilidades para os banhos de mar, como colégios, casas de saúde e hotéis, aspecto destacado em seus anúncios.

Os banhos de mar deviam seguir uma orientação médica personalizada, que determinava a quantidade e a duração das imersões. Porém, com a difusão dessa atividade, parece pouco provável que todos os adeptos investissem nesse tipo de cuidado. Eles também eram tomados muito cedo, nas primeiras horas da manhã, para evitar a exposição excessiva ao sol, pois a tez alva fazia parte dos ideais estéticos importados da Europa pelas elites locais. Por oposição, a pele morena era associada ao trabalho braçal e à miscigenação com as populações indígena e africana, o que, numa sociedade monárquica e escravocrata era extremamente pejorativo.

O tempo de permanência n'água para o tratamento balneário não era muito, mas o entra e sai de pessoas nos estabelecimentos de banhos e a movimentação nos cafés próximos, onde muitos aproveitavam para recuperar as energias após os mergulhos, tornava o ambiente propício à socialização (GAZETA DE NOTÍCIAS, 1911, p. 1).

À guisa de tratamento para a saúde, o banho de mar expunha os indivíduos a situações inconcebíveis em qualquer outro ambiente social, o que deveria amplificar os cuidados com a conduta durante essa atividade. Para alguns, o contato com o mar era uma experiência totalmente nova, por isso, podia despertar sensações inesperadas, como temor ou prazer, expondo ao olhar público emoções e comportamentos que deveriam se reservar a ambientes privados. Em relação aos primeiros trajes de banho, apresentavam uma grande semelhança formal com a roupa íntima e, dependendo do material em que era confeccionado, poderia colocar as formas do corpo em excessiva evidência, principalmente quando molhado. Sem falar no que poderia acontecer sob à água, quando os corpos estavam fora da vista alheia e pouco cobertos, segundo os padrões morais da época, o que poderia estimular contatos mais íntimos.

No entanto, a aceitação desse controle explícito sobre a exposição pública do corpo, considerado civilizado, não foi unânime, tampouco imediata. Tanto que, em 1838, foi criada uma lei que proibia o banho nu para qualquer pessoa, seja livre ou escrava. Para as mulheres, os cuidados com a exposição do corpo eram ainda maiores, por isso as primeiras roupas de banho femininas cobriam quase todo o corpo e eram confeccionadas, preferencialmente, com tecido de lã de cor escura e tinham modelagem ampla. Até por que, de acordo com manuais de etiqueta do século XIX, as mulheres deveriam cultivar o recato e não estimular o desejo no sexo oposto (ROQUETTE, 1867, p. 289).

Entretanto, esse padrão de comportamento não representou uma tendência ao isolamento social feminino. Pelo contrário, demonstrava a necessidade de adaptação às mudanças sociais propostas pela modernidade, que estavam transformando o modo de vida na cidade. Exemplo disso foi proliferação de espaços dedicados ao lazer, à sociabilidade e ao consumo, como lojas, cafés, sorveterias, teatros, saraus e passeios — categoria da qual o banho de mar cada vez mais se aproximava e onde a moda exercia um papel que se tornava cada vez mais importante.

Lipovetsky (1991, p. 24 e 59), definia a moda como “um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve”. Ela se opunha à

tradição, representando o “desejo de afirmar uma personalidade própria”. Portanto, a moda era fenômeno característico da modernidade, que se manifestava de modo mais ostensivo no vestuário, proporcionou às mulheres ocidentais de elite no século XIX um meio de expressão material de sua individualidade.

Nesse sentido, a imprensa foi uma importante aliada da moda, colaborando para sua difusão, principalmente a partir dos anos 1850, quando surge no mercado editorial carioca títulos nacionais dedicados ao público feminino e que trazem figurinos encartados. Tais imagens, importadas da Europa, tinham como referencial a moda lançada em Paris, considerada a capital mundial do luxo e da sofisticação, além de berço do nascente sistema da alta costura, que seria o principal referencial da indústria de confecção até os anos 1950-1960.

As roupas de alta costura, além de serem peças únicas, confeccionadas manualmente e sob-medida com os materiais mais sofisticados, traziam a assinatura de um costureiro/designer de renome como símbolo de prestígio. Outra inovação desse sistema era sua oferta de coleções sazonais, norteadas pelas estações ano, apresentadas a um grupo seleto de clientes da elite em um desfile encenado por manequins, vestidas com as novas criações (LIPOVETSKY, 1989, p. 70-73).

No outro extremo do setor de vestuário francês estava a confecção industrial que, utilizando as inovações tecnológicas que proliferaram a partir da Revolução Industrial, produzia roupas em série, em grande quantidade, a um custo muito menor. Tirando partido da fama internacional da moda feminina parisiense, as confecções industriais desenvolviam imitações simplificadas das peças criadas pelos renomados costureiros/designers, alimentando mercados mais modestos, embora igualmente ávidos por novidades (LIPOVETSKY, 1989, p. 70-73).

No Rio de Janeiro do século XIX, a influência da moda feminina francesa manifestava-se no vestuário exibido pelas mulheres da corte e da elite e no prestígio atribuído às modistas francesas instaladas na rua do Ouvidor desde os anos 1820. Portanto, nada mais natural do que roupas prontas provenientes da França ou que seguiam seus padrões também fossem mais valorizadas.

Esse ambiente urbano, onde a influência da moda tornava-se cada vez mais presente, era também aquele em que os banhos de mar cresciam em popularidade, o que estimulou os adeptos de elite a adotarem estratégias de distinção social durante sua prática. Estratégias essas que, entre suas diversas expressões materiais e comportamentais, incluíam o vestuário, objeto privilegiado de manifestação da moda

como operadora de diferenciação individual.

O aumento do interesse pelos banhos de mar gerou um mercado para roupas de banho, que estimulou o surgimento de fabricantes locais. Até por que, elas empregavam materiais pouco sofisticados e apresentavam baixa complexidade de produção. Afinal, sua forma ampla e simples era capaz de vestir adequadamente diversos tipos de corpo sem a necessidade de se investir em uma grade de tamanhos variada. Cabe também destacar que, tanto a forma quanto os materiais utilizados apresentavam semelhanças com os da roupa íntima, também chamada de roupa branca. Sendo este o principal segmento atendido pelos fabricantes pioneiros de roupas de banho (lembrando que, até hoje, a produção de lingerie e de moda praia são muito semelhantes).

No último quartel do século XIX, o mercado carioca já oferecia opções de roupas de banho para públicos variados, incluindo opções sofisticadas, importadas ou confeccionadas sob medida pelos magazines e ateliês elegantes, utilizando materiais mais nobres e em sintonia com as modas europeias. Mesmo assim, não se deve esquecer do importante papel da costura doméstica, executada pela própria dona de casa ou por costureiras diaristas, muito comum em vários segmentos da sociedade. Se a confecção de roupas brancas eram um dos principais serviços dessa costura caseira, pode-se considerar que a roupa de banho também o era (BARROS, 1998, p. 19; GRAHAM, 1992, p. 18, 76 e 116 apud NACIF, 2006, p. 5).

Na transição do século XIX para o XX, começaram a proliferar na imprensa carioca anúncios de casas comerciais especializadas em artigos esportivos. Outro espaço que trazia referências a esse tipo de vestimenta eram as páginas de moda das publicações de variedades, que reproduziam figurinos importados. Um terceiro lugar eram as páginas ilustradas com fotografias, cujo uso se tornava cada vez mais frequente nos jornais e revistas do período. Muitas exploraram o tema das praias e seus banhistas. O que essas referências mostravam eram roupas de banho mais curtas e decotadas, já deixando à mostra braços e tornozelos femininos, indicando a tendência ao desnudamento progressivo, que iria se acentuar tremendamente ao longo do século XX.

Estímulos à diminuição das roupas de banho de mar veio da própria prática dessa atividade e também natação, pois a performance dentro d'água e a própria segurança da banhista era prejudicada pelo uso de roupas volumosas e pesadas.

Nos anos 1910, as roupas de banho já estavam bem mais curtas, com a bainha chegando à altura dos joelhos, mas foi após a Primeira Guerra Mundial (1914-1918),

que diminuições mais drásticas ganharam impulso na Europa. Esse episódio desencadeou importantes transformações na vida de muitas mulheres europeias, legitimando a ocupação de novos espaços sociais e de trabalho antes restritos ao sexo masculino. Atendendo a essas novas demandas femininas, após o fim do conflito, abriu-se espaço para novos nomes no cenário da alta costura francesa, como Chanel, influenciados pela praticidade e simplicidade das roupas e tecidos esportivos, mais adequados ao ritmo de vida ativo adotado por muitas mulheres. Tais mudanças não ficaram restritas à elite, repercutindo no modo de vestir de todos os estratos sociais, e esses mesmos designers tiveram uma atuação marcante na moda para a praia.

A difusão dos benefícios à saúde proporcionados pelos raios solares, que ganhou atenção da imprensa a partir da década de 1920, foi fundamental para a diminuição das roupas de banho. A adoção do bronzamento da pele transformou por completo o modo das pessoas se relacionarem com a praia, onde passaram a despender muito mais tempo. A areia se tornou um espaço tão ou mais importante que o mar, propício ao lazer, à sociabilidade e à prática de atividades esportivas.

Nos anúncios de maiôs e acessórios de praia encontrados na imprensa, destacam-se marcas europeias e norte-americanas, que também serviam de referencial de qualidade para os fabricantes nacionais. Nas reproduções de figurinos de moda, o vestuário para a praia não mais se restringia a maiô e roupão. Trajes leves, como calças pijama, conjuntos de saia e blusa, shorts e vestidos, propunham complementar o maiô na areia e no calçadão, mas, de fato, ganharam espaço nas ruas de Copacabana, tornando-se a moda característica das mulheres do bairro.

No guarda-roupa feminino, era inegável a supremacia da França, mas no segmento de maiôs e roupas de praia os Estados Unidos vinha conquistando cada vez mais destaque. Contribuiu para isso o sucesso internacional do cinema de Hollywood, principalmente a partir dos anos 1930. Várias marcas norte-americanas estabelecem parcerias com seus estúdios, vestindo suas estrelas, consideradas referenciais de moda, comportamento, beleza e consumo para milhares de mulheres, incluindo as brasileiras, ajudando a promover o *american way of life*. Em função disso, farto material de divulgação dos filmes chegava gratuitamente às revistas e jornais cariocas, incluindo fotos muito bem produzidas dessas atrizes e de seus filmes, algumas em trajes de banho, que passaram a alimentar o conteúdo editorial de vários títulos.

No final da década de 1930, a diminuição acelerada dos maiôs femininos já permitia a exposição de pernas, braços, peito, costas e parte da barriga. Eles

também se tornam mais aderentes, tirando partido dos avanços tecnológicos promovidos pela indústria química e têxtil internacional. Mereceu destaque o Lastex®, primeira fibra têxtil elastomérica, desenvolvida nos Estados Unidos e fabricada a partir da borracha natural nos formatos de fita e fio, sendo este utilizado em conjunto com outras fibras têxteis para a fabricação de tecidos e tiras elásticas.

O Lastex® revolucionou técnicas de modelagem, costura e acabamento dos maiôs, que puderam incorporar soluções de construção provenientes de outros segmentos do vestuário. Também proporcionou melhor sustentação e controle das formas do corpo quando utilizado em conjunto a modelagem adequada.

Em 1946, a tecnologia de fabricação do Lastex® chegou ao Brasil, mas a indústria norte-americana já estava um passo à frente, pesquisando o desenvolvimento da Lycra, a primeira fibra elastomérica sintética. Nesse mesmo ano, em Paris, foi lançado o biquíni, um maiôs duas-peças muito cavado, que deixava o umbigo à mostra. Inicialmente a novidade francesa não foi bem recebida no Estados Unidos, líder do mercado de moda prai, tampouco no Brasil. Uma versão diferente desse primeiro biquíni foi adotada pelas francesas nos anos 1950 e só se popularizou nas praias cariocas na década seguinte. Hoje o biquíni se tornou a roupa de banho mais usada pelas brasileiras e o Rio de Janeiro uma referência internacional para a moda praia.

\*\*\*

Os dados levantados por esta pesquisa oferecem caminhos para novos estudos sobre o setor, como a investigação dos fatores que contribuíram para a criação das primeiras fábricas de roupas de banho cariocas no século XIX ou a forma como diversas marcas internacionais foram introduzidas no mercado, a partir dos anos 1920.

Outros caminhos relacionam-se a incorporação local das novas tecnologias têxteis ou a um levantamento mais apurado sobre a trajetória das marcas e estabelecimentos comerciais citados na pesquisa.

Por fim, mais três sugestões: a relação das roupas de banho com os esportes náuticos, como a natação e o remo, uma abordagem da evolução da roupa de banho masculina e, ainda, uma investigação sobre a indústria têxtil no Rio de Janeiro, com foco na produção para o mercado de moda, vestuário e acessórios, tomando como fonte de pesquisa o *Almanak Lemmert*.

## REFERÊNCIAS

ABEST cria projeto +Beach Brasil, voltado à moda praia. *Fashion Label Brasil*, São Paulo, [201-]. Imprensa. Notícias. Disponível em: <<http://www.fashionlabelbrasil.com/pt/imprensa/noticias/8/ABEST-creates-Beach-Brasil-geared-toward-beachwear>>. Acesso em: 6 ago. 2015.

ABIT. *Perfil do setor*. [São Paulo]: Abit, 2016. Site da associação. Disponível em: <<http://www.abit.org.br/cont/quemsomos>>. Acesso em: 11 set. 2016.

ABRAFAS – Associação Brasileira de Produtores de Fibras Artificiais e Sintéticas. *Perguntas frequentes*. São Paulo: ABRAFAS, 2015. Site. Disponível em: <<http://www.abrafas.org.br/perguntas/frequentes.html>>. Acesso em: 8 nov. 2015.

ADAMSON, Bruce Campbell. *The Adamson Brother's conspiracy and the invention of Lastex: the first stretchable clothing*. Santa Cruz, CA: [200-]. Edição Kindle com visualização a 72%.

A ESTAÇÃO. Rio de Janeiro, p. 1, 15 jan. 1879.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 193, 15 nov. 1879.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 29 fev. 1880.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 1, 15 jul. 1880.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 148, 31 jul. 1880.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 154, 15 de julho de 1881.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 1, 15 jul. 1900.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 107, 31 de julho de 1902.

AGÊNCIA HÉLICE. Brasil é o país que mais consome moda praia no mundo. *Terra*, São Paulo, 1 fev. 2012. Economia. Portal na internet. Disponível em: <<https://economia.terra.com.br/brasil-e-o-pais-que-mais-consome-moda-praia-no-mundo,9708a5dd308da310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

AGÊNCIA INDUSNET FIESP; BARROS, Isabela. 2014 será de desafios e oportunidades para a indústria têxtil. *Portal Fiesp*, São Paulo, 3 dez. 2013. Notícias. Disponível em: <<http://www.fiesp.com.br/noticias/2014-sera-de-desafios-e-possibilidades-para-a-industria-textil/>>. Acesso em: 27 jul. 2014.

AGUIAR, Grazyella Cristina Oliveira de. Cenários constituintes dos cursos superiores de moda no Brasil: conjunturas da década de 80 aos dias atuais. In:

MODA DOCUMENTA, 7., a. 2, n. 2, maio 2015, São Paulo. Anais II Congresso Internacional de Memória, Design e Moda. Moda Documenta: Museu, Memória e Design. São Paulo: Márcia Merlo, 2015. p. 249-263. Disponível em: <[http://www.modadocumenta.com.br/wp-content/uploads/2016/01/ANAIS-MD2015\\_portugues.pdf](http://www.modadocumenta.com.br/wp-content/uploads/2016/01/ANAIS-MD2015_portugues.pdf)>. Acesso em: 6 mar. 2016.

ALENCASTRO, Luiz Felipe de. Vida privada e ordem privada no império. In: \_\_\_\_\_ (Org.); NOVAIS, Fernando A. (Coord.). *História da Vida Privada no Brasil: Império*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. V. 2, cap. 1, p. 11-94.

\_\_\_\_\_. *Apostila de métodos e processos de manufatura de malharia 1*. Natal: UFRN; Centro de Tecnologia; Departamento de Engenharia Têxtil, 2008. Apostila em Pdf. Disponível em: <<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:npGo9RfRYroJ:https://sigaa.ufrn.br/sigaa/verProducao%3FidProducao%3D31683%26key%3Dde22d2960edc43c97954d2256ec8a876+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

ALMANAK LAEMMERT. Rio de Janeiro, p. 242, 251-255 e 257, 1844.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 382, 1850.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 512, 1854.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 604, 1856.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 599, 1861.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 51, 59 e 170, 1864.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1870.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1872.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1873.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 83, 829 e 906, 1879.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1981.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2208, 1882.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 62, 787-793 e 847-859, 1884.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 126, 1885.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 83, 1891.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1893.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1896.

ALMANAK LAEMMERT. Rio de Janeiro, 1898.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 1122, 1900.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 978, 1901.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1903.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1905.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1906.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1908.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1909.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1911.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1915.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1918.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 4790, 1919-1920.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 4790, 1922-1923.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 916, 1051 e 1861, v.1, 1924.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 831, v. 1, 1926.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 268, 1929.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1930.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 1820, 1931.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1935.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1938.

A MANHÃ. Rio de Janeiro, p. 3, n. 2514, 18 out. 1948.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 11, 23 out. 1949.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 8, n. 2892, 3 jan. 1951.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, n. 3082, 18 ago. 1951.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 1 e 7, 4 nov. 1951.

A MANHÃ. Rio de Janeiro, p. 8, n. 3274, 6 abr. 1952.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 9, 28 ago. 1952.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 11, n. 3524, 3 fev. 1953.

A NOITE. Rio de Janeiro, p. 9, n. 12300, 1 jun. 1946.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 4, 12 nov. 1938.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 3, 19 jan. 1939.

A NOITE ILLUSTRADA. Rio de Janeiro, p. 6, 12 abr. 1933.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 21, 16 dez. 1938.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 293, nov. 1942.

A NOITE SUPLEMENTO. Rio de Janeiro, p. 21, 16 dez. 1938.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 51, 22 dez. 1939.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 23, 8 fev. 1940.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 28, 16 mar. 1943.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 9, 14 nov. 1944.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 7, n. 1193, 8 jan. 1952.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 24, 13 out. 1953.

AQUINO, Marcos Silva de. *Malharia: bases de fundamentação*.

Natal: UFRN; Centro de Tecnologia; Departamento de Engenharia Têxtil, abr. 2008.

Apostila em Pdf. Disponível em:

<[https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fsWYc8zM\\_RoJ:https://sigaa.ufrn.br/sigaa/verProducao%3FidProducao%3D31682%26key%3D2f95ed97aaf54c9ab2ce81c55f32c69b+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fsWYc8zM_RoJ:https://sigaa.ufrn.br/sigaa/verProducao%3FidProducao%3D31682%26key%3D2f95ed97aaf54c9ab2ce81c55f32c69b+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br)>. Acesso em: 10 jul. 2016.

A RAZÃO, p. 2, 2 maio 1917.

A SCENA MUDA. Rio de Janeiro, p. 17, 9 dez. 1941.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 16-17, 5 fev. 1946.

A SEMANA ILLUSTRADA. Rio de Janeiro, 1861.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 29721874, 1867.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 26 jan. 1868.

ASSIS, Machado de. A Chave. In: \_\_\_\_\_. *Obra Completa*. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1994. V. 2.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTORES DE FIBRAS ARTIFICIAIS E SINTÉTICAS. São Paulo: [s.n., 201-]. Site. Disponível em: <<http://www.abrafas.org.br/abrafas/missao.html>>. Acesso em: 10 nov. 2014.

AZEVEDO, F. A regeneração racial pela Educação Physica. *Revista Educação Physica*, n.8, p. 8-12, 1939.

BAPTISTA, Robert J. *Nauagatuck Chemical Company, Nauagatuck, Connecticut*. [S.l.]: Colorantshistory.org, 2009. Página de site. Disponível em: <<http://www.colorantshistory.org/NaugatuckChem.html>>. Acesso em: 1 jul. 2014.

BARICKMAN, B. J. *Um uso carioca: o banho de mar no Rio de Janeiro no século XIX e no início do século XX*. Arizona: Universidade do Arizona, 2008. Arquivo em Pdf.

BARROS, Maria Paes de. *No tempo de dantes*. São Paulo: Paz e Terra, 1988.

BECKLER, Sabrina. O luxo por Ferreirinha. *Revista Minas em Cena*, Belo Horizonte, n. 17, p. 24-26, 18 dez. 2012. Disponível em: <[https://issuu.com/minasemcena/docs/revista\\_minas\\_em\\_cena\\_-\\_17](https://issuu.com/minasemcena/docs/revista_minas_em_cena_-_17)>. Acesso em: 14 nov. 2016.

BEIRA-MAR. Rio de Janeiro, p. 9, 1 abr. 1911.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 23 jul. 1923.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 20 jul. 1924.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 1, 18 abr. 1926.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 7 e 9, 20 dez. 1926.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 1, 6 fev. 1927.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 3 abr. 1927.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 12 jan. 1930.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 1, 19 jan. 1930.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 3, 16 fev. 1930.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 4, 11 jan. 1931.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 25 jan. 1931.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 23 nov. 1931.

BEIRA-MAR. Rio de Janeiro, p. 4, 11 jan. 1932.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 38, 29 out. 1932.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 112, 3 mar. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 54, 27 out. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 7, 24 nov. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 16, 22 dez. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 100, 26 out. 1935.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 15 ago. 1936.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 10 out. 1936.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 46 e 59, 7 nov. 1936.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 14 ago. 1937.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 3 e 48, 15 nov. 1937.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 3, 7 maio 1938.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 3, 4 jun. 1938.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 10, 13 ago. 1938.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5 e 7, 19 nov. 1938.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 1, 6 maio 1939.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 7, 23 dez. 1939.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 4, 23 mar. 1940.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 13, 7 jun. 1941.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 1 jan. 1943.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 10, 9 out. 1943.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2-3, abril. 1955.

BENCHIMOL, Jaime Larry. *Pereira Passos: um Haussmann tropical. A renovação urbana da cidade do Rio de Janeiro no início do século XX*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esportes, 1992. Arquivo em Pdf. (Biblioteca Carioca,

v. 1). Disponível em: <[http://www0.rio.rj.gov.br/arquivo/pdf/biblioteca\\_carioca\\_pdf/pereira\\_passos\\_haussmann\\_carioca.pdf](http://www0.rio.rj.gov.br/arquivo/pdf/biblioteca_carioca_pdf/pereira_passos_haussmann_carioca.pdf)>. Acesso em: 25 ago. 2014.

BERGAMASCHI, Marco. *I Gruppi Aziendali*. Dinamiche strategiche e strutture organizzative. Con i casi Edison, FIAT, Pirelli, Zanussi. Italia: CEDAM, 2011. E-book. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books/about/I\\_gruppi\\_aziendali\\_Dinamiche\\_strategiche.html?id=N4gn7JYKvI4C&redir\\_esc=y](https://books.google.com.br/books/about/I_gruppi_aziendali_Dinamiche_strategiche.html?id=N4gn7JYKvI4C&redir_esc=y)>. Acesso em: 18 nov. 2015.

BIBLIOTECA NACIONAL DIGITAL (Brasil).  
Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

BLACKLEY, D.C. *Polymer Latices: Science and Technology*. 2th. ed. London: Chapman & Hall, 1997. V. 3. E-book. Disponível em: <[http://books.google.com.br/books?id=1DYBliDQ5ngC&printsec=frontcover&dq=BLACKLEY,+D.C.+Polymer+latices.+Science+and+technology.&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiw9u\\_\\_tK3NAhVBkJAKHc3PCk8Q6AEILDAA-v=onepage&q=BLACKLEY,+D.C.+Polymer+latices.+Science+and+technology](http://books.google.com.br/books?id=1DYBliDQ5ngC&printsec=frontcover&dq=BLACKLEY,+D.C.+Polymer+latices.+Science+and+technology.&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiw9u__tK3NAhVBkJAKHc3PCk8Q6AEILDAA-v=onepage&q=BLACKLEY,+D.C.+Polymer+latices.+Science+and+technology)>. Acesso em: 16 jun. 2016.

BLUM, Stella (Ed.). *Victorian Fashions & Costumes from Harper's Bazar (1867-1898)*. New York: Dover Publications, 1974.

BORRÁS GUALIS, Gonzalo. El Islam. De Córdoba al mudéjar. p. 207-308. In: GALÁN et al. *Manual del Arte Español*. Madrid: Sílex Ediciones, 2003. (Introducción al Arte Español – IAE).

BRAGA, João; PRADO, Luís André. *Moda e história no Brasil: das influências às autorreferências*. São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.

BRODIE, Mr. G. Fashions for June. Ilustrações de Voigt. *Harper's New Monthly Magazine*, New York, jun. 1858. The Fashion, p. 143-144.

BRYDSON, John Andrew. *Plastics materials*. 7th. ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000 (1966). E-book. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=rka3nPiiRi4C&pg=PA790&lpg=PA790&dq=vylene,+du+pont&source=bl&ots=YQH80NdPFN&sig=BXkChLt-lrjBuFhRh27uhSRwwZA&hl=pt-BR&sa=X&ei=2Qi9VPL0A8KlgwSNs4O4Aw&ved=0CCUQ6AEwAQ-v=onepage&q=vylene,+du+pont&f=false>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

BURGUNDY, Master of Anthony of. *Scene of a Bathhouse*. [ca.1470]. 1 manuscrito com iluminura, color. Imagem digitalizada em formato JPEG. Disponível em: <<http://www.dejavuteam.com/wp-content/uploads/2012/08/12-22MedievalBath.jpg>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

CALLAN, Georgina O'Hara. *The Thames and Hudson dictionary of fashion and fashion designers*. London: Thames and Hudson, 1998.

CALMON, Pedro. *O rei do Brasil: vida de D. João VI*. 2. ed. aumentada. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1943. Site. (Brasiliana, v. 228). Disponível em:

<<http://www.brasiliana.com.br/obras/o-rei-do-brasil-vida-de-d-joao-vi/pagina/225>>. Acesso em: 4 ago. 2015.

CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA – PÁGINA OFICIAL. *Barcas de banho do Tejo*. Lisboa, Portugal. 20 jan. 2015. Comentário do Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/camaradelisboa/posts/931111320242152>>. Acesso em: 16 jun. 2016.

CAMINHA, Pero Vaz de. *A carta de Pero Vaz de Caminha*. Rio de Janeiro: Ministério da Cultura, 2015. Arquivo em Pdf. Disponível em: <[http://objdigital.bn.br/Acervo\\_Digital/livros\\_eletronicos/carta.pdf](http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/livros_eletronicos/carta.pdf)>. Acesso em: 11 ago. 2015.

CANÍCULA EM LISBOA. As barcas de banhos. *Coisas de antigamente*, Lisboa, 24 mar. 2013. Blog. Disponível em: <<http://coisasdeantigamente-marr.blogspot.com.br/2013/03/canicula-em-lisboa.html>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

CARDOSO, Rafael. *Uma introdução à história do design*. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

CARETA. Rio de Janeiro, p. 9, 1 abr. 1911.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 25, 4 nov. 1911.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 24, jan. 1915.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 16, 6 nov. 1915.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 2 dez. 1916.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 12, 19 dez. 1917.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 25, 22 nov. 1919.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 35, 3 jan. 1920.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 17 jan. 1920.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 19 fev. 1920.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 27 nov. 1920.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 12 mar. 1921.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 1 out. 1921.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 31, 5 nov. 1921.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 29, 26 nov. 1921.

- CARETA. Rio de Janeiro, p. 2, 3 mar. 1922.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 43, 16 set. 1922.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 7 out. 1922.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 28, 28 out. 1922.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 17 fev. 1923.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 20 out. 1923.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 19, 26 jan. 1924.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 33, 2 fev. 1924.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 15 mar. 1924.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 19, 29 maio 1926.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 24, 14 jan. 1928.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 22, 21 jan. 1928.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 14 e 31, 4 fev. 1928.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 27, 21 jul. 1928.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 33, 15 dez. 1928.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 12, 26 out. 1929.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 15, 8 fev. 1930.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 16, 5 abr. 1930.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 43, 29 nov. 1930.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 43, 29 nov. 1930.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 43, 27 dez. 1930.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 10 jan. 1931.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 7 fev. 1931.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 43, 17 jul. 1931.
- \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 7 nov. 1931.

CARETA. Rio de Janeiro, p. 5, 5 dez. 1931.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 9 jan. 1932.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 7, 6 ago. 1932.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 43, 27 maio 1933.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 36, 4 jan. 1936.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 22, 8 fev. 1936.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 21, 15 fev. 1936.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 27, 22 fev. 1936.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 20-21, 6 mar. 1943.

CARSON, Thomas (Ed.). *Gale Encyclopedia of U.S. Economic History*, v. 1 e 2. Detroit: Gale Group, 1999. Disponível em: <[http://shora.tabriz.ir/Uploads/83/cms/user/File/657/E\\_Book/Economics/GALE.pdf](http://shora.tabriz.ir/Uploads/83/cms/user/File/657/E_Book/Economics/GALE.pdf)>. Acesso em: 14 nov. 2016.

CASTRO, Ruy. *Ela é carioca: uma enciclopédia de Ipanema*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL. *O museu vai à praia: moda e cultura*. Rio de Janeiro, 1995. Catálogo de exposição.

CENTRO CULTURAL CORREIOS; SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA. *J. Carlos em Revista*. Rio de Janeiro: Instituto Memória Gráfica Brasileira, 2014.

CETIQTa. *VF TEX Fibras Têxteis. Elastômeros*. Rio de Janeiro: SENAI Cetiqt, [198-?]. 11 p. Apostila.

\_\_\_\_\_b. *VF TEX Fibras Têxteis. Spandex e borracha*. Rio de Janeiro: SENAI Cetiqt, [198-?]. 5 p. Apostila.

CHANEL. 1913 Deauville. *Inside Chanel*, Brasil, 2016. Linha do Tempo. Site. Disponível em <[http://inside.chanel.com/pt/timeline/1913\\_deauville](http://inside.chanel.com/pt/timeline/1913_deauville)>. Acesso em: 14 nov. 2016.

CHEVALIER, Scarlet Moon de. *Areias escaldantes: inventário de uma praia*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

CORBAIN, Alain. *O território do vazio: A praia e o imaginário ocidental*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

\_\_\_\_\_. *The lure of the sea: The Discovery of the seaside in the Western World (1750-1840)*. Berkeley: University of California Press Berkeley and Los Angeles, 1994. E-book.

CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, p. 20, 1 jul. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 18 ago. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 8, 25 dez. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 17 dez. 1939.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 8 set. 1940.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 9, 7 dez. 1940.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 6, 21 dez. 1940.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 6, 18 jan. 1944.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 6, 16 abr. 1944.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 3, 13 out. 1946.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 10, 5 out. 1947.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 7, 11 dez. 1947.

D'ARAUJO. *E ele voltou... O segundo governo Vargas: Política cambial e indústria*. Rio de Janeiro: FGV-CPDOC, 2015. Site. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas2/artigos/EleVoltou/PoliticaCambial>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

DEAN, Warren. *A luta pela borracha no Brasil: Um estudo de história ecológica*. São Paulo: Nobel, 1989.

DEBRET, J. B. *O Brasil de Debret*. Belo Horizonte: Villa Rica, 1993. (Imagens do Brasil, v. 2).

DE JEAN, Joan E. *A essência do estilo: como os franceses inventaram a alta-costura, a gastronomia, os cafés chiques, o estilo, a sofisticação e o glamour*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

DEL PRIORE, Mary. *Corpo a corpo com a mulher*. pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2009. (Ponto Futuro, v. 2).

DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, p. 7, 27 dez. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 17 jan. 1935.

DIÁRIO DA NOITE. Rio de Janeiro, p. 7, 26 dez. 1936.

DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO. Rio de Janeiro, p. 300.002, 1824.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 206, 1824.

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO. Rio de Janeiro, 30 maio 1908.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 7158-7161, 7 jun. 1917.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 6588, 28 mar. 1930.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 17101, 10 set. 1932.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 28 set. 1932.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 11667-11669, 13 jun. 1933.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 12 jun. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 19113, 17 set. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 23796, 26 nov. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 14899, 6 out. 1942.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 10684-10685, 15 jun. 1945.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 11649-11653, 3 jul. 1945.

DONADIO BAPTISTA, Paulo Francisco. *Rumo à praia*. Théo-Filho, Beira-Mar e a vida balneária no Rio de Janeiro dos anos 1920 e 1930. 2007. 263 f. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Programa de Pós-Graduação em História Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

DSITZER, Marcia. *Um mergulho no Rio: 100 anos de moda e comportamento na praia carioca*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012.

DUNLOP, C. J. *Rio antigo*. Rio de Janeiro: Rio Antigo, 1963. V. 1.

EBEL, Ernst. *O Rio de Janeiro e seus arredores em 1824*. Tradução e notas de Joaquim de Souza Leão Filho. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972. Site. (Brasiliana, v. 351). Disponível em: <<http://www.brasiliana.com.br/obras/o-rio-de-janeiro-e-seus-arredores-em-1824/pagina/152/texto>>. Acesso em: 4 ago. 2015.

E-BIT. *Webshoppers. Todas as edições (2001-2013)*. [São Paulo]: E-BIT, mar. 2013. Cap. 6, p. 230-258. Relatório de pesquisa. Arquivo em Pdf. Disponível em: <<http://www.ebit.com.br/webshoppers>>. Acesso em: 24 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. *Webshoppers 2015*. 31. ed. [São Paulo]: E-BIT, 2014. 67 p. Relatório de pesquisa. Arquivo em Pdf. Disponível em: <[http://img.ebit.com.br/webshoppers/pdf/31\\_webshoppers.pdf](http://img.ebit.com.br/webshoppers/pdf/31_webshoppers.pdf)>. Acesso em: 24 jun. 2014.

EDMUNDO, Luís. *O Rio de Janeiro do meu tempo*. Brasília: Senado Federal, 2003. Arquivo em Pdf. (Edições do Senado Federal, v. 1). Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/1071>>. Acesso em: 16 jun. 2016.

\_\_\_\_\_. *O Rio de Janeiro no tempo dos vice-reis: 1763-1808*. Brasília: Senado Federal, 2000. (Brasil 500 anos). Arquivo em Pdf. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/1049>>. Acesso em: 5 ago. 2014.

E.I. DU PONT de Nemours and Company. *Lycra spandex fiber*. Wilmington: DuPont, 1959. Disponível em: <<http://cdm16038.contentdm.oclc.org/cdm/compoundobject/collection/p16038coll8/id/304/rec/38>>. Acesso em: 17 fev. 2015.

\_\_\_\_\_. *Nylon: the first 25 years*. Wilmington: Du Pont, 1963. p. 21. Site. Disponível em: <[http://digital.hagley.org/islandora/object/islandora%3A2160416?solr\\_nav\[id\]=5c28797806891866780c&solr\\_nav\[page\]=0&solr\\_nav\[offset\]=0#page/2/mode/1up/search/Nylon%3A+the+25+first+years](http://digital.hagley.org/islandora/object/islandora%3A2160416?solr_nav[id]=5c28797806891866780c&solr_nav[page]=0&solr_nav[offset]=0#page/2/mode/1up/search/Nylon%3A+the+25+first+years)>. Acesso em: 16 jun. 2016.

\_\_\_\_\_. Spirited Swimwear for '76. *DuPont Magazine*, Wilmington, v. 70, n. 3, p. 17, may-june 1976. Disponível em: <<http://cdm16038.contentdm.oclc.org/com/compoundobject/collection/p15017coll10/id/15992/rec/1>>. Acesso em: 17 fev. 2015.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. Uma história dos costumes. v. 1. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996.

ENDERS, Armelle. *A história do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Gryphus, 2004.

ERMAKOFF, George. *Augusto Malta e o Rio de Janeiro: 1903-1936*. Rio de Janeiro: G. Ermakoff, 2009.

EVANS, Mike. *The bikini book*. [S.l.]: Universe, 1996.

FEMINAE. Scene of a Bathhouse. *Feminae: Medieval Women and Gender Index*, Iowa, 2014. Site hospedado por The University of Iowa Libraries. Disponível em: <[https://inpress.lib.uiowa.edu/feminae/DetailsPage.aspx?Feminae\\_ID=32501](https://inpress.lib.uiowa.edu/feminae/DetailsPage.aspx?Feminae_ID=32501)>. Acesso em: 10 jul. 2016.

FERREZ, Gilberto. *A muito leal e heroica cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro: quatro séculos de expansão e evolução*. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2015.

FGV – Fundação Getúlio Vargas CPDOC. *Eurico Gaspar Dutra*. Rio de Janeiro, 2015. E ele voltou... o Brasil no segundo governo Vargas. Página de site. Disponível em: <[http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas2/biografias/eurico\\_gaspar\\_dutra](http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas2/biografias/eurico_gaspar_dutra)>. Acesso em: 20 nov. 2015.

FIRJAN. Estado do Rio respondeu por metade das exportações brasileiras de moda praia em 2012. *Eventos e notícias*, Rio de Janeiro, [2013]. Notícias Gerais. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CEC3E3365F6013EA>>. Acesso em: 16 mar. 2014.

FOGAÇA, Jennifer Rocha Vargas. *Borracha natural*. Goiânia: Alunos On Line, [20--?]. Disponível em: <<http://www.alunosonline.com.br/quimica/borracha-natural.html>>. Acesso em: 12 fev. 2015.

FON FON. Rio de Janeiro, p. 68, 17 dez. 1927.

FORTY, Adrian. *Objetos de desejo: Design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRANÇA, Jean Marcel Carvalho (Org.). *Mulheres viajantes no Brasil (1764-1820)*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008. (Sabor Literário).

FREYRE, Gilberto. *Sobrados e mucambos*. 7. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1985. 1 v. em 2. (Documentos Brasileiros, v. 66 A).

\_\_\_\_\_. *Casa-grande e senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. 51. ed. São Paulo: Global, 2006. (Introdução à história da sociedade patriarcal no Brasil, v. 1).

FROU FROU. Rio de Janeiro, dez. 1923.

GASPAR, Claudia Braga; CORRÊA, Marcos Sá. *Orla carioca: História e cultura*. São Paulo: Metalivros, 2004.

GAZETA DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, p. 1, 1911.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 6, 18 fev. 1920.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 23 dez. 1923.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 24, 18 jan. 1924.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 2, 19 jan. 1924.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 4, 28 set. 1926.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 13 jan. 1927.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 4, 8 jan. 1929.

GAZETA DO RIO DE JANEIRO. Rio de Janeiro, p. 4, n. 1, 1811.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 4, 2 jan. 1811.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 4, n. 7, 1811.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 4, n. 76, 1812.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 4., 22 fev. 1812.

GAZETA DO RIO DE JANEIRO. Rio de Janeiro, p. 1, 1816.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 27 jan. 1819.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 7 jul. 1821.

GOELLNER, Silvana Vilodre. As mulheres fortes são aquelas que fazem uma raça forte: esporte, eugenia e nacionalismo no Brasil no início do século XX. *Recorde: Revista de História do Esporte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, jun. 2008. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/Recorde/article/view/790/731>>. Acesso em: 5 jul. 2016.

GONÇALVES, Mauricio R. O cinema de Hollywood nos anos trinta, o *American way of life* e a sociedade brasileira. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DA BRAZILIAN STUDIES ASSOCIATION (BRASA), 9., 27 a 29 mar. 2008, Nova Orleans, Louisiana. *Anais digitais*. Providence, RI: Brown University, 2015. Disponível em: <[http://www.brasa.org/wordpress/Documents/BRASA\\_IX/Mauricio-Goncalves.pdf](http://www.brasa.org/wordpress/Documents/BRASA_IX/Mauricio-Goncalves.pdf)>. Acesso em: 23 out. 2015.

GORBERG, Marissa. *Parc Royal: um magazine na belle époque carioca*. Rio de Janeiro: G. Ermakoff, 2013.

GRAHAM, Sandra Lauderdale. *Proteção e obediência: criadas e seus patrões no Rio de Janeiro, 1860-1910*. São Paulo: Cia. Das Letras, 1992.

GREEN, Harvey. *The Uncertain of Everyday Life (1915-1945)*. United States: The University of Arkansas Press, 2000.

HARPER'S BAZAR, Estados Unidos, p. 521, 19 ago. 1871.

HEMBRY, Phyllis May. *The English spa, 1560-1815: a social history*. London: The Athlone Press, 1990. Disponível em: <[http://books.google.com.br/books?id=B6O4J\\_7qXDkC&printsec=frontcover&hl=pt-BR-v=onepage&q&f=true](http://books.google.com.br/books?id=B6O4J_7qXDkC&printsec=frontcover&hl=pt-BR-v=onepage&q&f=true)>. Acesso em: 13 set. 2014.

HENDERSON, James. *A history of the Brazil: comprising its geography, commerce, colonization, aboriginal inhabitants, etc*. London: Longman, 1821. Disponível em: <<http://bd.camara.gov.br/bd/handle/bdcamara/17923>>. Acesso em: 4 ago. 2015.

IBGE TEEN. Mão na roda: posição e extensão. *IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*, Rio de Janeiro, 2016. Apresenta estatísticas sobre população e sociedade brasileiras. Disponível em: <<http://teen.ibge.gov.br/mao-na-roda/posicao-e-extensao.html>>. Acesso em: 25 fev. 2016.

INBRANDS. Nossas marcas. [S.l.]: Inbrands S.A., 2016. Página de site. Disponível em: <[http://www.inbrands.com.br/inbrands/web/conteudo\\_pti.asp?idioma=0&conta=45&ti-po=36660](http://www.inbrands.com.br/inbrands/web/conteudo_pti.asp?idioma=0&conta=45&ti-po=36660)>. Acesso em: 30 ago. 2016.

INVENTIVELY INC. Adamson Bros. Company. *Lastex*. US n. 71313213, 1 sep. 1931, 3 nov. 1992. Disponível em: <<https://inventively.com/search/trademarks/71313213>>. Acesso em: 6 jul. 2016.

\_\_\_\_\_. United States Rubber Company. *Lastex*. US n. 71496410, 18 mar. 1947, 7 abr. 1987. Disponível em: <<https://inventively.com/search/trademarks/71496410>>. Acesso em: 6 jul. 2016.

JORNAL DAS MOÇAS. Rio de Janeiro, p. 66, 14 set. 1939.

JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, p. 31, 12 out. 1935.

JUSTIA TRADEMARKSa. *Lastex*. US n. 0286680, 9 abr. 1931, 1 set. 1931. Disponível em: <<https://trademarks.justia.com/713/13/lastex-71313213.html>>. Acesso em: 17 nov. 2015.

\_\_\_\_\_b. *Lastex*. US n. 0428267, 11 fev. 1946, 18 mar. 1947. Disponível em: <<https://trademarks.justia.com/714/96/lastex-71496410.html>>. Acesso em: 17 nov. 2015.

KENNEDY, Sarah. *Vintage swimwear: a history of twentieth-century fashion*. London: Carlton Books, 2010.

KIDWELL, Claudia B. Women's bathing and swimming costume in the United States. *United States National Museum Bulletin*, Washington, n. 250, paper 64, 1968. Disponível em: <[https://repository.si.edu/bitstream/handle/10088/21326/USNMB-250\\_64\\_1969\\_507.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.si.edu/bitstream/handle/10088/21326/USNMB-250_64_1969_507.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 9 jul. 2016.

LADCHUMANANANDASIVAN, Rasiah. *Ciência dos polímeros e engenharia das fibras 1*. Natal: UFRN, 2006. Apostila. Arquivo em PDF. Disponível em: <[https://www.academia.edu/5804375/UNIVERSIDADE\\_FEDERAL\\_DO RIO GRANDE\\_DO\\_NORTE\\_CIÊNCIA\\_DOS\\_POLÍMEROS\\_E\\_ENGENHARIA\\_DAS\\_FIBRAS\\_I\\_Por](https://www.academia.edu/5804375/UNIVERSIDADE_FEDERAL_DO RIO GRANDE_DO_NORTE_CIÊNCIA_DOS_POLÍMEROS_E_ENGENHARIA_DAS_FIBRAS_I_Por)>. Acesso em: 7 nov. 2015.

LATTERMAN, Günter. Pre-and Protohistoric Biopolymeric Materials. *E-plastory: Journal of Plastic History*, Alemanha, n. 3, 22 nov. 2013. Arquivo em Pdf. Disponível em: <<http://www.dg-kunststoffgeschichte.de/e-plastory/index.php/e-plastory/article/view/e-plastory/10>>. Acesso em: 21 abr. 2015.

LEHNERT, Gertrud. *História da moda do século XX*. Colônia: Könemann, 2000.

LEITE, Adriana Sampaio. *Inovação, moda e praia na cidade do Rio de Janeiro*. 2013. 206 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Instituto Alberto Luiz Coimbra, Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia, Coope-UFRJ, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, set. 2013.

LENCEK, Lena; BOSKER, Gideon. *Making waves: swimsuits and the undressing of America*. San Francisco: Chronicle Books, 1989.

LÉRY, Jean de. *Histoire dun voyage fait en la terre du Brésil, autrement dite Amerique*. Tours: Centre d'Etudes Supérieures de la Renaissance, 2009. Disponível em: <[http://www.bvh.univ-tours.fr/Epistemon/XUVA\\_Gordon1578\\_L47.pdf](http://www.bvh.univ-tours.fr/Epistemon/XUVA_Gordon1578_L47.pdf)>. Acesso em: 26 nov. 2016.

LIMA, Guilherme Cunha. O design brasileiro e a sua identidade. *Revista Comunicação e Artes*. São Paulo: SENAC SP, v. 1, n. 1, p. 26-28, fev. 2001.

LIMEIRA, Aline de Moraes. Almanaque de primeira. *Revista de História da Biblioteca Nacional*, Rio de Janeiro, n. 60, 6 set. 2010. Disponível em: <<http://www.revistadehistoria.com.br/secao/leituras/almanaque-de-primeira>>. Acesso em: 14 ago. 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

LOPES, Ana Claudia Lourenço Ferreira. *A Celeste Modas e as butiques de Copacabana nos anos 1950: distinção, modernidade e produção do prêt-à-porter*. 2014. 193 f. Dissertação (Mestrado em História Social da Cultura) – Departamento de História, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, mar. 2014.

LYLE, Dorothy Siegert. *Focus on fabrics*. Silver Spring, Maryland: National Institute of Drycleaning (NID), 1967. Disponível em: <[https://www.cs.arizona.edu/patterns/weaving/books/lds\\_fof\\_05.pdf](https://www.cs.arizona.edu/patterns/weaving/books/lds_fof_05.pdf)>. Acesso em: 19 jan. 2015.

MACEDO, Joaquim Manoel de. *Um passeio pela cidade do Rio de Janeiro*. Brasília: Senado Federal, 2005. Arquivo em Pdf. (Edições Senado Federal, v. 42). Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/1100>>. Acesso em: 6 jul. 2016.

MACEDO, Angela Maria Kuasne da Silva. *Análise de malhas*. Araranguá: IFSC, 2015. Apostila em Pdf. Disponível em: <[https://wiki.ifsc.edu.br/mediawiki/images/2/26/Apostila\\_de\\_analise.pdf](https://wiki.ifsc.edu.br/mediawiki/images/2/26/Apostila_de_analise.pdf)>. Acesso em: 6 jul. 2016.

[MAIÔ FEMININO de malha de lã azul marinho] nº 52963. Doação de Jan Van Kuyk ao Museu Histórico Nacional, 69 cm x 43 cm. 194-.

[MAIÔ FEMININO DE TECIDO com lastex cinza, com recortes drapeados] nº 44632. Fabricado nos Estados Unidos e doado por Vera Lúcia Lima ao Museu Histórico Nacional, 61 cm x 38 cm. 195-.

[MAIÔ MASCULINO de malha de lã cinza e preta] nº 43221. Pertenceu a Ernani Coimbra e foi doado por Maria Helena Ribas Coimbra, filha do proprietário, ao Museu Histórico Nacional, falta o cinto, 70 cm x 45 cm. 192-.

MALERONKA, Wanda. *Fazer roupa virou moda*. Um figurino de ocupação da mulher (São Paulo 1920-1950). São Paulo: SENAC, 2007.

MARMOTA FLUMINENSE. Rio de Janeiro, n. 432, 3 jan. 1854.

MARTINS, Giselle Barreto. *Pequena história do biquíni carioca: e do que era usado antes dele*. 1998. 44 f. Monografia (Bacharelado em Desenho Industrial com habilitação em Comunicação Visual) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998.

\_\_\_\_\_; LIMA, Guilherme Cunha. A chegada das fibras têxteis artificiais e sua influência no design de moda (1878-1934). In: SIMPÓSIO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN DA ESDI, 1., 2015, Rio de Janeiro. *Anais do simpósio*. Rio de Janeiro: Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2015. p. 193-201. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/0B4Rc6MpaW54DZ2dBWtB3Z29HeU0/view>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Biquíni, juventude e contestação no Rio de Janeiro: 1960-1970. In: LIMA, Guilherme Cunha; MEDEIROS, Ligia (Orgs.). *Textos selecionados de Design 4*. Rio de Janeiro: PPDESDI/UERJ, 2013. p. 143-163.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Do nu ao vestido. O traje de banho feminino e a cultura praiana carioca no século XIX. In: COLÓQUIO DE MODA, 10., 2014, Caxias do Sul. *Anais eletrônicos*. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2014. GT6 – Moda, Cultura e Historicidade. Disponível em: <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/10-Coloquio-de-Moda\\_2014/ARTIGOS-DE-GT/GT06-MODA-CULTURA-E-HISTORICIDADE/GT-6-Do-nu-ao-vestido.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/10-Coloquio-de-Moda_2014/ARTIGOS-DE-GT/GT06-MODA-CULTURA-E-HISTORICIDADE/GT-6-Do-nu-ao-vestido.pdf)>. Acesso em: 15 ago. 2016.

MARTINS, Pedro Alexandre Guerreiro. *Contributos para uma História do ir à praia em Portugal*. 2011. 174 f. Dissertação (Mestrado em História Contemporânea) – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, setembro 2011.

MELO, Victor Andrade de. Braços fortes: o remo e a celebração da cidade moderna. *Rio cidade "sportiva"*, Rio de Janeiro, 28 maio 2011. Blog no WordPress. Disponível em: <<https://cidadessportiva.wordpress.com/2011/05/28/bracos-fortes-o-remo-e-a-celebracao-da-cidade-moderna/>>. Acesso em: 12 out. 2015.

MELLO, João Manuel Cardoso de; NOVAIS, Fernando. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (Org.). *História da vida privada no Brasil*. Contrastes da intimidade contemporânea. v. 4. Cap. 7, p. 559-658. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. *A moda do século XX*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009. (Coleção Mundo da Arte).

MERIAN, Matthaüs. Spa. 31 dec. 1646. Uma imagem preto e branco em formato JPEG, digitalizada a partir do livro original. In: \_\_\_\_\_. *Topographia Westphaliae*. Frankfurt am Mayn: Frankfurter Kunstverein, 1647. p. T48. Disponível em: <[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a9/De\\_merian\\_Westphaliae\\_146.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a9/De_merian_Westphaliae_146.jpg)>. Acesso em: 10 jul. 2016.

MOISEICHYK, Ana Elizabeth; et al. Desempenho importador do segmento de moda praia brasileiro: uma proposta de análise. *Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 70-88, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://internext.espm.br/index.php/internext/article/view/141>>. Acesso em: 25 jul. 2014.

MORRIS, Gay. 'Le Train Bleu' Makes Brief Stopover. *The New York Times*, New York, 4 mar. 1990. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/1990/03/04/arts/dance-le-train-bleu-makes-a-brief-stopover.html?pagewanted=all>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

NOVO CORREIO DAS MODAS. Rio de Janeiro, n.1, 1852.

O'CONNOR, Kaori. *Lycra: how a fiber shaped America*. New York: Routledge, 2011. Edição Kindle.

O'DONNELL, Julia. *A invenção de Copacabana: culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

NACIF, Maria Cristina Volpi. Confecção de trajes e mão-de-obra, no Rio de Janeiro, nos primeiros cinquenta anos do século XX. In: VILLAÇA, Nizia; CASTILHO, Káthia (Org.). *Plugados na moda*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006. Disponível em: <[https://www.academia.edu/10364627/Confecção\\_de\\_trajes\\_e\\_mão\\_de\\_-\\_obra\\_no\\_Rio\\_de\\_Janeiro\\_nos\\_primeiros\\_cinquenta\\_anos\\_do\\_século\\_XX](https://www.academia.edu/10364627/Confecção_de_trajes_e_mão_de_-_obra_no_Rio_de_Janeiro_nos_primeiros_cinquenta_anos_do_século_XX)>. Acesso em: 3 jul. 2015.

O ESPELHO DIAMANTINO. Rio de Janeiro, n.7, 5 jan. 1828.

O JORNAL DAS SENHORAS. Rio de Janeiro, n.1, 1 jan. 1852.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 12, 9 jan. 1853.

O MALHO. Rio de Janeiro, p. 13, 2 out. 1920.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 75, 23 set. 1922.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 24 jul. 1926.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 16 out. 1926.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 33-34, 3 mar. 1928.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 42, 20 jul. 1929.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 5, 1 mar. 1930.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 44, 27 dez. 1934.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 24-25, 13 fev. 1936.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 58, 1 fev. 1943.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 60, 1 dez. 1943.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, 1 jun. 1953.

O RIO NU. Rio de Janeiro, 12 nov. 1903.

O SEMANÁRIO. Rio de Janeiro, p. 13, n. 39, [s.d.].

PACCE, Lilian. Fashion Rio pula de edição mais uma vez. *Lilian Pacce*, [São Paulo], 20 fev. 2015, 18:52, Desfiles, Fashion Rio. Site. Disponível em: <<http://www.lilianpacce.com.br/desfiles/fashion-rio-pula-de-edicao-mais-uma-vez/>>. Acesso em: 30 ago. 2015.

\_\_\_\_\_. Rio ganha dois novos eventos de moda. *Lilian Pacce*, [São Paulo], 23 mar. 2016, 12:45, Desfiles, Preview. Site. Disponível em: <<http://www.lilianpacce.com.br/desfiles/rio-de-janeiro-evento-de-moda/>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

PARA TODOS. Rio de Janeiro, 19 mar. 1927.

PEREIRA, Antônio Baptista. *Figuras do Império e outros ensaios*. 2. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1934. (Brasiliana, v. 1). Disponível em: <<http://www.brasiliana.com.br/obras/figuras-do-imperio-e-outros-ensaios/pagina/336>>. Acesso em: 4 ago. 2015.

PERIÓDICO DOS POBRES. Rio de Janeiro, 1851.

PEZZOLO, Dinah Bueno. *Tecidos: história, tramas, tipos e usos*. São Paulo: SENAC, 2007.

PRADO, João Fernando de Almeida. *História da formação da sociedade brasileira*. D. João VI e o início da classe dirigente no Brasil; depoimento de um pintor austríaco no Rio de Janeiro. Tradução e notas de Joaquim de Souza Leão Filho. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1968. Site. (Brasiliana, v. 345). Disponível em: <<http://www.brasiliana.com.br/obras/historia-da-formacao-da-sociedade-brasileira-d-joao-vi-e-o-inicio-da-classe-dirigente-do-brasil-depoimento-de-um-pintor-austriac>>. Acesso em: 4 ago. 2015.

\_\_\_\_\_. *Jean-Baptiste Debret*, com reprodução de quarenta paisagens do artista, do Rio de Janeiro, São Paulo e Santa Catarina. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1973. (Brasiliana, v. 352). Disponível em: <<http://www.brasiliana.com.br/obras/jean-baptiste-debret/pagina/50>>. Acesso em: 4 ago. 2015.

PRICE, Mark J. *Lost Akron*. Charleston: The History Press, 2015. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=WRQfCgAAQBAJ&pg=PA140&dq=lost+akron&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiG1bOU2bnLAhWKhZAKHZxFD5IQ6AEIHTAA-v=onepage&q=lost+akron&f=false>>. Acesso em: 10 out. 2015.

PRIORI, Mary del. *Corpo a corpo com a mulher*. pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. 2. ed. São Paulo: SENAC SP, 2009. (Ponto Futuro, v. 2).

\_\_\_\_\_. Ritos da vida privada. In: SOUZA, Laura de Mello (Org.). *História da vida privada no Brasil 2*. Cotidiano e vida privada na América portuguesa. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. V. 2, cap. 6, p. 275-330.

PROBERT, Christina. *Swimwear in Vogue since 1910*. London: Thames and Hudson, 1981.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. *A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções – Rio de Janeiro, século XIX*. Brasília: UnB, 2002.

REVISTA DA SEMANA. Rio de Janeiro, p. [5461], 8 dez. 1907.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 21, 7 jul. 1912.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 34, 14 fev. 1914.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 46, 17 nov. 1917.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, jan. 1918.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, jan. 1920.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 33, 14 maio 1921.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 9, 26 fev. 1921.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 29, 23 jul. 1921.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, dez. 1922.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 32, 2 jan. 1926.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 18, 8 dez. 1928.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 32, 30 jan. 1932.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, p. 32, 4 jan. 1947.

ROCHE, Daniel. *La culture des apparences – une histoire du vêtement, XVII<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècle*. Paris: Fayard, 1989.

ROGERS, H. Development of Manufacturing Activities. In: SCHIDROWITZ, Philip; DAWSON, Thomas Rayner (Orgs.). *History of the Rubber Industry*. Cambridge: W. Heffer and Sons, 1953.

ROQUETTE, J. I. *Código do bom tom ou regras da civilidade e de bem viver no XIX<sup>o</sup> século*. Paris: P. Aillaud, Guillard e C<sup>a</sup>, 1867 (1875). Arquivo em Pdf. Disponível em: <[https://books.google.pt/books?id=ArA9AAAAYAAJ&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r - v=onepage&q&f=false](https://books.google.pt/books?id=ArA9AAAAYAAJ&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r - v=onepage&q&f=false)>. Acesso em: 16 jun. 2016.

RUBIM, Monique. *A internacionalização da moda praia brasileira: um estudo de casos*. 2004. 141 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <[http://www.coppead.ufrj.br/upload/publicacoes/Monique\\_Rubim.pdf](http://www.coppead.ufrj.br/upload/publicacoes/Monique_Rubim.pdf)>. Acesso em: 5 jun. 2014, 11:54.

SAILLARD, Olivier. *Les maillots de bain: les Carnets de la mode*. France: Éditions du Chêne, 1998.

SALEN, Jill. *Vintage swimwear*. Historical patterns and techniques. London: Batsford, 2013.

SALINAS. *História da marca*. [S.l.]: Inbrands S.A., 2016. Página de site. Apresenta informações históricas sobre a empresa. Disponível em: <<http://www.salinas-rio.com.br/institucional/historia-da-marca>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

SANTOS, Roberto Araújo de Oliveira. *História econômica da Amazônia (1800-1920)*. São Paulo: TAC, 1980. Arquivo em Pdf. Disponível em: <<https://docs.google.com/file/d/0B31vjpu9L9nWU5PTW1RMlhUOE8yM3liVFZWYk9QUQ/edit?pli=1>>. Acesso em: 12 mar. 2015.

SANTOS, Rosane Ribeiro dos Santos. Estamparia na moda praia: valorizando a identidade brasileira. In: COLÓQUIO DE MODA, 9., 2013, Fortaleza. *Anais eletrônicos, Comunicação Oral, Eixo 3 – Cultura*. Fortaleza: UFC, ICA, 2013. Disponível em: <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda\\_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-3-CULTURA\\_COMUNICACAOORAL/ESTAMPARIA-NA-MODA-PRAIA-valorizando-a-identidade-brasileira.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-3-CULTURA_COMUNICACAOORAL/ESTAMPARIA-NA-MODA-PRAIA-valorizando-a-identidade-brasileira.pdf)>. Acesso em: 10 jul. 2016.

SCHLICHTHORST, C. *O Rio de Janeiro como é (1824-1826)*. Uma vez e nunca mais. Contribuições de um diário para a história atual, os costumes e especialmente a situação da tropa estrangeira na capital do Brasil. Brasília: Senado Federal, 2000. (O Brasil Visto por Estrangeiros). Arquivo em Pdf. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/1043>>. Acesso em: 16 jun. 2016.

SEBRAE. Boletim consumo de moda praia. Brasília: SEBRAE, [2014?]. 6 p. Arquivo em Pdf. Disponível em: <[http://www.sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/10/2014\\_06\\_04\\_BO\\_Varejo\\_Abr\\_ModaPraia\\_pdf.pdf](http://www.sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/10/2014_06_04_BO_Varejo_Abr_ModaPraia_pdf.pdf)>. Acesso em: 17 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Moda praia para fazer o verão acontecer durante a Copa do Mundo. *Boletim SEBRAE 2014*, Fortaleza, n. 6, set. 2012. Arquivo em Pdf. Disponível em: <[http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sebrae/Sebrae/2014/Boletins/fortaleza\\_boletim\\_2014\\_setembro.pdf](http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sebrae/Sebrae/2014/Boletins/fortaleza_boletim_2014_setembro.pdf)>. Acesso em: 26 mar. 2014.

\_\_\_\_\_; ABNT. *Guia de implementação: normas técnicas para confecção de moda praia*. Rio de Janeiro: ABNT; SEBRAE, 2012. 74 p. Arquivo em PDF. Disponível em: <<http://abnt.org.br/paginampe/biblioteca/produto/visualizar/418>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: \_\_\_\_\_ (Org.); NOVAIS, Fernando A. (Coord.). *História da vida privada no Brasil*, 3. República: da belle époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 3, cap. 7, p. 513-619.

SILVA, Ana Cláudia Suriani da. *Moda e literatura: o caso da revista A Estação. IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte*, São Paulo, v. 2, n. 1, set./dez. 2009, artigo 1, p. 1-26. Arquivo em Pdf.

Disponível em: <[http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/07\\_IARA\\_vol2\\_n1\\_Artigo.pdf](http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/07_IARA_vol2_n1_Artigo.pdf)>. Acesso em: 10 jul. 2016.

SILVA, Camila Borges da. O domínio das roupas. *Revista de História da Biblioteca Nacional*, Rio de Janeiro, n. 69, 6 jul. 2011. Site. Disponível em: <<http://www.revistadehistoria.com.br/secao/artigos-revista/o-dominio-das-roupas>>. Acesso em: 25 fev. 2015.

SILVA, Maria Beatriz Nizza da. *Vida privada e cotidiana no Brasil na época de D. Maria I e D. João VI*. Lisboa: Editorial Estampa, 2004.

SINGER. *Nossa história*. [S.l.]: Singer do Brasil, 2016. Página de site. Desenvolvido por Inter.net. Apresenta informações históricas sobre a empresa, no formato de linha do tempo. Disponível em: <<http://www.singer.com.br/nossa-historia/>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

\_\_\_\_\_. *About Us*. [S.l.]: Singer Sewing Co., 2004-2015. Página de site. Desenvolvido por Singer Sewing Co. Apresenta informações sobre a empresa. Disponível em: <<http://www.singerco.com/company/history+>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

SKLAR, Robert. *Film: international history of the medium*. ed. 2. New Jersey: Prentice Hall, 2002.

SKRABEC, Quentin R. Jr. *Rubber: An American Industrial History*. North Carolina: McFarland & Company, 2014. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?id=D\\_ReAgAAQBAJ&pg=PA64&dq=diamond+rubber+company&hl=en&sa=X&ved=0ahUKewiYuefr2mLAhWGUZAKHUtbAbAQ6AEIKzAA-v=onepage&q=diamond+rubber+company&f=false](https://books.google.com.br/books?id=D_ReAgAAQBAJ&pg=PA64&dq=diamond+rubber+company&hl=en&sa=X&ved=0ahUKewiYuefr2mLAhWGUZAKHUtbAbAQ6AEIKzAA-v=onepage&q=diamond+rubber+company&f=false)>. Acesso em: 10 out. 2015.

SOUZA, Gabriel Soares de. *Tratado descritivo do Brasil em 1587*. Brasília: Ministério da Cultura, [201-?]. Disponível em: <[http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select\\_action=&co\\_obra=38095](http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=38095)>. Acesso em: 26 nov. 2016.

STEIN, Stanley J. *Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil, 1850-1950*. Rio de Janeiro: Campus, 1979.

TAKANO, Luciana. *Estudo sobre o mercado americano de moda praia*. Nova York: Setor de Promoção Comercial (SECOM) do Consulado-Geral do Brasil em Nova York, 2010. 30 p. Relatório de pesquisa. Arquivo em Pdf. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/1986048-Prospeccao-de-mercado-pmr.html>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

THE FASHION. *Harper's New Monthly Magazine*, n. 97, v. 17, p. 143-144, jun. 1858. Disponível em: <<https://www.unz.org/Pub/Harpers-1858jun-00143>>. Acesso em: 5 jul. 2016.

TOKATLI, Nebahat. Global sourcing: insights from the global clothing industry — the case of Zara, a fast fashion retailer. *Journal of Economic Geography*, Oxford, v. 8, n. 1, p. 21-38, jan. 2008 (primeira publicação online 23 oct. 2007). Disponível em: <<http://joeg.oxfordjournals.org/content/8/1/21.full.pdf+html>>. Acesso em: 23 maio 2015.

UNITED STATES AGENCY [for] International Development. Inserção de micro e pequenas empresas no mercado internacional. v. 3. [S.l.]: DAI Brasil, nov. 2006: Análise da indústria de moda praia. 57 p. Relatório técnico. Arquivo em Pdf. Disponível em: <[http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/Pnadm252.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnadm252.pdf)>. Acesso em: 25 jul. 2014.

U. S. PATENT OFFICE. E. Hopkinson et al. *Process for making articles of various shapes directly from solutions or suspensions of rubber, and to the articles so obtained*. US n 1.545.257. 17 abr. 1923. 5 jul. 1925. Disponível em: <<https://www.google.com/patents/US1545257?dq=1,545,257+US+patent&hl=pt-BR&sa=X&ei=-BRFVYPUFeG1sASMk4HADQ&ved=0CBwQ6AEwAA>>. Acesso em: 2 maio 2015.

\_\_\_\_\_. Percy Adamson. *Elastic Yarn*. US n. 1.822.847, 11 jun. 1931. 8 set. 1931. Disponível em: <<https://www.google.com.br/patents/US1822847?dq=ELASTIC+THREAD,+1822847&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiRjZ-M76nQAhXLPpAKHWLFD70Q6AEILTAC>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. *Elastic fabric and garment*. US n 2.103.133, 10 jun. 1933. 21 dez. 1937. Disponível em: <<https://www.google.com/patents/US2103133?dq=2,103,133+US+patent&hl=pt-BR&sa=X&ei=DCFFVbLdBYbhsAT0mYHwDA&ved=0CB0Q6AEwAA>>. Acesso em: 2 maio 2015.

VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa*. Um estudo econômico das instituições. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

VELHO, Gilberto. *A utopia urbana*. Um estudo de antropologia social. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988, p. 96.

\_\_\_\_\_. Os mundos de Copacabana. In: \_\_\_\_\_ (Org.). *Antropologia urbana*. Cultura e sociedade no Brasil e em Portugal. Rio de Janeiro: Zahar, 2012, p. 11-17.

VENEZIANO, Neyde. *A grandes vedetes do Brasil*. São Paulo: Imprensa do Estado de São Paulo, 2010. (Coleção Aplauso). Arquivo em Pdf. Disponível em: <<http://aplauso.imprensaoficial.com.br/livro-interna.php?iEdicaoID=314>>. Acesso em: 19 jun. 2014, às 12:53.

VICTORIA & ALBERT MUSEUM. Search the collections. London: V&A, 2016. Acervo on line. Disponível em: <<http://collections.vam.ac.uk/item/O1115811/theatre-costume/>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

VITRINE DO EXPORTADOR. 2016. Diretório web para divulgação de empresas brasileiras exportadoras. Disponível em: <<http://www.vitrinedoexportador.gov.br/bens/ve/br>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

WALTON, John K. The seaside resort: a British cultural export. *History in Focus*, London, Autumn 2005, n. 9. Site. Disponível em: <<http://www.history.ac.uk/ihr/Focus/Sea/articles/walton.html>>. Acesso em: 15 jul. 2014.

WASHINGTON UNIVERSITY in St. Louis. *University Libraries*. Biblioteca digital. Disponível em: <<https://library.wustl.edu/its-swimsuit-season-with-jantzen/>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

WECOMEX. *Titulação dos fios*. [S.l.: s.n.], 2015.

Disponível em: <<http://wecomex.com.br/tecido.pdf>>. Acesso em: 8 nov. 2015.

WEINSTEIN, Barbara. *A borracha na Amazônia: expansão e decadência (1850-1920)*. São Paulo: HUCITEC-EDUSP, 1993.

ZENTI, Luciana. Ciclo da Borracha: Paris tropical. *Guia do Estudante*, São Paulo, 1 nov. 2006. *Aventuras na História*. Site. Disponível em: <<http://guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/ciclo-borracha-paris-tropical-434959.shtml>>. Acesso em: 11 fev. 2015.