



**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM ESTÉTICA E GESTÃO DE MODA**

VIVIANE DE JESUS ROSA

HISTÓRIA DA CAMISETA E OS MOVIMENTOS CONTRACULTURA

São Paulo - SP

2021



**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM ESTÉTICA E GESTÃO DE MODA**

VIVIANE DE JESUS ROSA

HISTÓRIA DA CAMISETA E OS MOVIMENTOS CONTRACULTURA

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade de São Paulo,
como requisito para o recebimento do título
de Especialista em Estética e Gestão de
Moda. Orientadora: Heloisa Nobriga**

SÃO PAULO-SP

2021

VIVIANE DE JESUS ROSA

HISTÓRIA DA CAMISETA E OS MOVIMENTOS CONTRACULTURA

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em cumprimento parcial às exigências do Curso de Especialização, para obtenção do título de Especialista em Estética e Gestão de Moda, sob a orientação da Prof.^a Heloisa Nobriga

Data da aprovação: ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Heloisa Nobriga

Universidade de São Paulo (USP)

Orientadora

Avaliador

Avaliador

Dedico este trabalho à todas as mulheres que lutam para garantir seu lugar neste universo machista, sob a gestão do patriarcado. Mulheres estas, que muitas vezes em benefício do próximo, ou por falta de oportunidade, ou ainda por falta de recursos financeiros, adiam seus estudos, mas nunca desistem deles, e seguem esperando o momento oportuno para realizá-los.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Universidade de São Paulo, em especial à 7ª Turma de Estética e Gestão de Moda, de 2019, pelo acolhimento e receptividade. Um agradecimento especial aos meus colegas Janaina Salgado e José Junior, por compartilharem tantos conhecimentos, por não minizarem qualquer esforço meu. Vocês foram importantíssimos para a minha jornada.

Obrigada a Lina, por ser tão dedicada, e atenciosa, e estar sempre presente nos dando suporte, inclusive em momentos de grandes desafios, nos ajudando a voltar ao prumo.

Obrigada ao Profº. Eneus, pela sua generosidade e por se colocar no lugar do outro, e por suas aulas, que foram impulsionadoras e expandiram nossas mentes.

Muito, mas muito obrigada à minha orientadora querida, Profª. Heloisa Nobriga. Pela sua total disponibilidade, por me ajudar a encontrar o caminho e por todo seu cuidado. Você é um banho de conhecimento e humildade. Sem seu apoio, não chegaria até aqui.

Agradeço ao corpo docente por compartilhar conhecimentos e nos preparar para o mercado. Foi um troca e tanto. Certamente foram dois anos enriquecedores.

À minha família, em especial aos meus irmãos, que entenderam e respeitaram minha ausência e meu *stress*, durante este período. Certamente hoje, sentem muito orgulho de mim, assim como eu também sinto deles. Família, amo vocês, obrigada por dar sentido aos meus sonhos, fossem eles do tamanho que fossem. A conclusão deste curso é a realização de um sonho, e eu sei que vibraram comigo.

Carinhosamente agradeço ao meu amigo, conselheiro e substituto de pai, Jorge Murinho, um querido, que rompeu as barreiras da amizade, para ocupar um lugar especial e único na minha vida. Obrigada pelas orientações, apontamentos, pelo apoio e pelo empurrão quando eu já estava desistindo. Ainda bem que o tenho perto.

Obrigada à Mariana Roverse, minha cunhada e amiga, que com graça e gentileza me ajudou a revalidar pontos que o cansaço e o esgotamento não me permitiam enxergá-los mais. Obrigada pelo apoio, minha querida.

Aos meus amigos que me apoiaram em meu projeto pessoal, de estampa manual em camisetas, encomendando e divulgando meu trabalho. Isso despertou em mim o desejo de me aprofundar mais nessa peça do vestuário e em técnicas de ilustração.

Agradeço a Deus, ao universo, e a todas as energias que cooperaram para o bem que me permitiram concluir este curso, e sobretudo esta monografia.

Obrigada à Vida.

Todos os meios agem sobre nós de modo total. Eles são penetrantes que suas consequências pessoais, políticas, econômicas, estéticas, psicológicas, morais, éticas e sociais, não deixam qualquer fração de nós mesmos inatingida, intocada ou inalterada. O meio é a mensagem. Toda compreensão das mudanças sociais e culturais é impossível sem o conhecimento do modo de atuar dos meios como ambiente. Todos os meios são prolongados de alguma faculdade humana – psíquica ou física. (MCLUHAN, 1969, p. 54)

RESUMO

A camiseta é uma peça atemporal, associada ao conforto e a versatilidade. Entender como ela conseguiu este espaço é o objeto deste estudo. Embora haja poucos estudos acadêmicos sobre esta peça do vestuário, é possível observar sua trajetória ao longo da história da Humanidade. Por ser considerada um item básico, quase uma roupa íntima, mesmo após anos de recharacterização, a camiseta ainda faz referência ao transgressor, por isso esteve e está muito ligada aos Movimentos Contracultura. Trataremos da sua usabilidade e versatilidade ao longo deste estudo, para concluir o que de fato já é evidente: A camiseta é sem dúvida uma das peças do vestuário mais antiga e que carrega grande teor cultural, sem sofrer quase que nenhuma alteração estética. A conexão da camiseta com a moda, mas sobretudo com a arte, com a música, com a cultura, com a política e com o marketing, é profunda e duradoura.

Palavras-chaves: *Camiseta, Movimentos Contracultura, Moda básica*

ABSTRACT

The t-shirt is a timeless piece, associated with comfort and versatility. Understanding how it got this space is the object of this study. Although there are few academic studies on this garment, it is possible to observe its trajectory throughout the history of mankind. As it is considered a basic item, almost an underwear, even after years of recharacterization, the t-shirt still refers to the transgressor, which is why it was and is closely linked to the Counterculture Movements. We will address its usability and versatility throughout this study, to conclude what is in fact already evident:

Its t-shirt is undoubtedly the oldest piece of clothing and carries a great cultural content, without suffering almost any aesthetic alteration. The T-shirt's connection with fashion, but above all with art, music, culture, politics, and marketing, is deep and lasting.

Keywords: T-shirt, Counterculture Movements, Basic fashion

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	ANTECESSORES DA CAMISETA.....	12
3	A HISTÓRIA DA CAMISETA.....	24
4	A CAMISETA E OS MOVIMENTOS CONTRACULTURA.....	44
4.1	Geração <i>Beatnik</i>	45
4.2	Movimento <i>Hippie</i>	46
4.3	Movimento Feminista.....	48
4.4	Movimento <i>Punk</i>	52
5	<i>OUTDOOR</i> VIVO.....	59
6	CAMISETA, MODA E BRASIL.....	65
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	75
8	REFERÊNCIAS.....	77

1 INTRODUÇÃO

Neste estudo foram captados fatos relevantes da história, onde a camiseta se fez presente. Farei um resumo das vestes que se assemelhavam a esta vestimenta entre os povos da pré-história, antiguidade e Idade Média, para então tratar o tema na contemporaneidade. Alguns períodos podem não ser abordados por questão de organização dos objetivos específicos da monografia. Contarei quais foram as antecessoras da camiseta e de que modo eram utilizadas.

É certo que, ao longo dos anos, as vestes passaram a exercer outros papéis que vão além do “se cobrir”, e dentre eles o papel social certamente é o que mais se destaca.

A camiseta, por sua vez, teve relevante participação ao longo da história, o que garantiu a ela um lugar único e exclusivo, que atendia desde a necessidades básicas, como peça íntima, percorrendo depois um caminho de proeminência até se tornar símbolo de manifestação e porta-voz de ideias.

Como a camiseta ganhou um novo propósito em eventos de extrema comoção social, como as duas Guerras Mundiais, por exemplo. Sua grande ascensão no cinema por volta dos anos 50 e, antes disso, a primeira utilização em campanhas políticas.

Traçar um paralelo entre a camiseta e a moda, as personas e os movimentos. Mostrar como as camisetas, de itens que simbolizavam nobreza, passaram a objeto de uso das classes mais baixas, pelo reduzido custo de produção, até se transformarem no que são hoje: peças *cools* e estilosas.

As “*Tees*” são mesmo democráticas e populares, feita para todos, pobres ou ricos? O que de fato as coloca numa posição em detrimento da outra? O custo, a qualidade, a marca? É fato que camisetas, *tees*, *t-shirts* são peças universais, encontradas com facilidade, indispensáveis em qualquer guarda-roupa, feitas para todos os estilos, idades, gêneros e raças.

Entender por que as estampas em camisetas passaram a representar os movimentos contracultura. Analisar os grupos que as utilizaram e utilizam como forma de protesto, em manifestações de cunho político, social, estudantil, em reivindicações

trabalhistas, feministas, antirracistas, pró-LGBTQI+. E finalmente avaliar ou questionar sua capacidade de interferir nos processos de socialização dos indivíduos.

Por fim, gostaria de justificar o porquê escolhi este tema. O desejo de falar sobre a camiseta, surgiu a partir de um projeto pessoal, no qual eu crio e pinto estampas em camisetas, manualmente. O projeto envolve, moda, arte, estilo, autoconhecimento, empoderamento, além de sentimentos como afeto, carinho, respeito e amor. Trata-se de um trabalho afetuoso. É assim que me sinto ao finalizar um trabalho, acarinhada e acarinhando. Quem recebe fica grato pela surpresa, e eu, feliz e completamente satisfeita

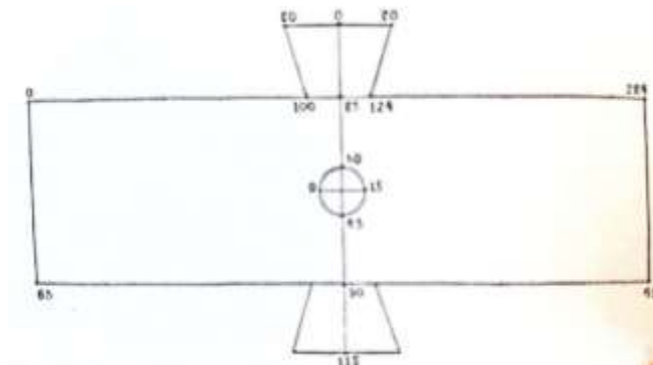
2 ANTECESSORES DA CAMISETA

Existem vestígios da existência de peças que darão origem a camiseta desde a Antiguidade. No entanto, suas funções, comprimentos e materiais foram sofrendo alterações com o evoluir da humanidade.

É com os egípcios do Antigo Império que observamos as primeiras representações desta indumentária, quando, além de uma tanga feita de tecido e enrolada ao corpo, havia uma manta que poderia ser de tecido ou peles de animais apoiada sobre os ombros. Um primeiro indício da peça que cobriria o tronco e a partir dali sofreria várias mutações a depender dos povos, tempos e classe social.

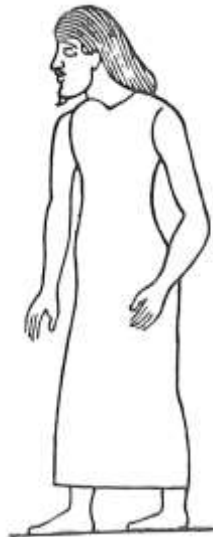
Com o estabelecimento do Novo Império, estas vestes mudaram sua forma e passaram a ser uma espécie de túnica longa, chamada “*kalasiris*” (Figura 1), – uma peça única que poderia cobrir o corpo todo, ou como um casaco, ou ainda cobrir dos quadris aos ombros. A peça possuía algumas variações além de tamanho, como tipo de tecido, com manga ou sem e ajuste/largura, se para homem ou para mulher.

Figura 1 – Molde de um *Kalasiris* com manga



Fonte: Kholer (1996, p. 62)

Figura 2 - *Kalasiris* sem manga.



Fonte: Kholer (1996, p. 61)

O *Kalasiris* (Figura 2) justo e longo era usado pelas mulheres. Os homens usavam uma veste similar, mas a franziam um pouco, a fim de descobrir os pés e ganhar mobilidade. Havia um cuidado em não subir demais as vestes, para que não houvesse semelhança com o modo de uso da nobreza. Esta, sim, poderia usar os tecidos mais curtos.

Outra peça que se assemelhava à camiseta, ao menos em funcionalidade, era a capa (Figuras 3 e 4) que ia sobreposta aos ombros, podendo ser arredondada ou retangular, confeccionada em tecidos transparentes e posta sobre as vestes. Era utilizada somente pelos nobres.

Figura 3 - Capa de uma Rainha Egípcia.



Fonte: Kholer (p. 66, 1996)

Figura 4 - Capa de um Rei Egípcio.



Fonte: Kholer (1996, p. 66)

Com o evoluir da civilização, a tanga passou a ser utilizada apenas em cerimoniais, e as roupas longas foram adotadas para o dia a dia, principalmente entre as classes altas.

Os assírios, por sua vez, quando se tornaram o Império mais poderoso da Ásia, passaram a usar uma túnica de corte simples, porém já coberta de ornamentos e confeccionada em tecidos de alta qualidade. Uma túnica curta e de mangas também curtas, coberta por uma capa. Era a única peça utilizada pelas camadas mais baixas, e seu comprimento ia no máximo até os joelhos, enquanto nas classes mais altas chegava até os pés.

As capas também foram ficando mais elaboradas, recebendo franjas, bordados, borlas, e agora mangas um pouco mais longas.

Já os persas usavam uma vestimenta um tanto diferente (Figura 5). Formada por duas partes em que uma vestia as pernas e os quadris, e a outra cobria o tronco, estendendo-se até os quadris. A veste que cobria o tronco, chamada de “casaco”, era confeccionada com pedaços de couro unidos. Uma peça comum a homens e mulheres, com a diferença de que no caso das mulheres não havia abertura frontal, além de ser mais larga.

Figura 5 - Sacerdotes persas.



Fonte: Kholer (1996, pag. 92,)

Os citas também utilizam um tipo de casaco e, por ser nômades e vagar em grupo com seus rebanhos sob baixas temperaturas, suas peças eram confeccionadas em couro, então o único material disponível.

Os partos utilizam casacos sobrepostos, sendo o de cima largo e longo, e o de baixo justo e mais curto. Eram confeccionados em tecido.

Os sármatas utilizam a mesma composição, só que ao contrário: casaco longo por baixo e curto por cima.

Entre os cretenses, o destaque eram as capas volumosas e cobertas de ornamentos. Nessa época, mulheres de classe baixa não se vestiam na parte de cima, enquanto as de classes mais altas usavam peças produzidas com técnicas de alta costura e arte.

Para os povos da Ásia Menor, o destaque dos casacos fica para os guerreiros troianos, com uma peça que se assemelha por completo aos trajes antigos, apenas com pequena alteração no comprimento.

Homens e mulheres comuns mantinham as túnicas com as mesmas variações-padrão já comentadas anteriormente, no que diz respeito à classe social. No entanto, as mulheres usavam peças mais amplas que as dos homens, largas nos quadris e braços, com um corte reto, sem mangas.

Foram os gregos que introduziram outras peças para se usar no tronco: o “*quitão*” (Figura 6), túnica longa de linho; o “*peplo*” (Figura 7), peça de lã usada por mulheres das tribos dórias, por baixo no “*quitão*”; e a “*clâmide*”, uma espécie de capa produzida em lã. As tribos se diferenciavam pelos tecidos que utilizavam nas vestes, e pelas formas de amarrá-las e franzi-las.

Figura 6 - Quitão masculino longo.



Fonte: Kholer (1996, p. 115)

Figura 7 - Peplo com cinto



Fonte: Kholer (1996, p.117)

Figura 8 - Clâmide em modelo vivo



Fonte: Kholer (1996, p. 120)

Os etruscos usavam a “*tebena*”, outra espécie de capa bastante característica deste povo; por baixo dela, um “*quitão*”.

Destaque para as mulheres, com seus trajes que muitas vezes lhes cobriam o pescoço. Longos, bem justos, arrastados ao chão, produzidos com tecidos finos e adornados.

Confeccionada em linho puro, a antecessora da camiseta teve suas primeiras aparições no Império Romano, no Egito. Era utilizada por soldados, com o objetivo de proteger seus corpos do atrito entre o corpo e a armadura, além de minimizar a transpiração.

Embora não existam registros históricos ou estudos acadêmicos sobre o tema, podemos observar o uso constante dessas peças em filmes que retratam a época. Normalmente, a composição era uma túnica, sobreposta por uma capa chamada “*toga*” (Figura 9), peça característica da Roma Antiga. Além dessas, havia também a “*penula*” (Figura 10), produzida em lã ou couro e utilizada em climas mais intensos. Por baixo dessas

peças os romanos costumavam utilizar a túnica, que mais se assemelha à camiseta – tema deste estudo. As túnicas eram usadas por sacerdotes, atores e operários, sendo estes últimos os únicos que poderiam sair somente de túnica. Aos demais, não era adequado.

Figura 9 - Toga drapeada



Fonte: Kholer (1996, p. 134)

Figura 10 - Pênula romana



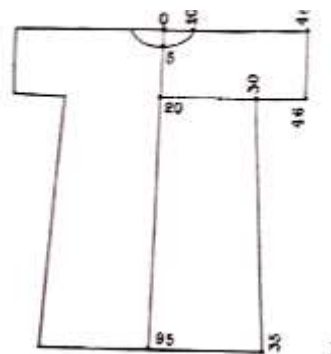
Fonte: Kholer (1996, p. 137)

Através do uso de togas e túnicas com adereços, definia-se a classe social e o cargo das pessoas. Normalmente, essa distinção acontecia por uso de faixas com variações de cores e larguras.

Assim como os homens, as mulheres também usavam as túnicas (Figura 11) como peças íntimas. As peças femininas ficavam bem ajustadas ao corpo e tinham o nome de “*interal*”. Inicialmente eram produzidas em lã, mas com o passar dos tempos, passaram a ser usados algodão e tecidos nobres – como a seda, por exemplo. Elas compunham a veste com uma estola, traje similar à própria túnica, porém ainda mais longa. Além disso, ao sair de casa usavam uma pala, muito ampla e volumosa.

Na corte bizantina, a mais luxuosa da Idade Média, a vestimenta passa a representar dignidade e valor. Logo surge, então, a “*talaris dalmática*”, que era outra espécie de estola, uma camisa de manga longas que ia até os pés.

Figura 11 - Túnica comum.



Fonte: Kholer (1996, p. 138)

Homens das tribos teutônicas usavam uma espécie de bata, que poderia ter mangas ou não, e sobre ela uma capa, que se assemelhava a um manto. Essa bata é a peça que mais se aproxima das camisas dos dias atuais, pois tinha uma abertura no peito e o comprimento se estendia até os joelhos. A partir do século II, a própria camisa passa a ser usada como bata.

Figura 12 - Vestimenta dos homens das tribos teutônicas.



Fonte: Kholer (1996, p. 151)

Ainda nessa época, merece menção o casaco de cetim vermelho (Figura 13), que ao que tudo indica pertenceu ao Duque de Borgonha, Carlos, O Temerário. Essa veste, acredita-se, era usada por baixo de um robe, numa sobreposição luxuosa e nobre. (Trata-se de um registro de extrema relevância para este estudo, já que Borgonha foi uma das cortes que mais exerceu influência sobre a moda.)

Embora não tenha aparente relação com a camiseta, trata-se de uma peça usada diretamente ao corpo, uma peça “de baixo” e por isso pode-se fazer a conexão.

Figura 13 - Casaco de cetim de Carlos, O Temerário



Fonte: Kholer (1996, p. 204)

Homens costumavam usar túnicas largas, com variações de comprimentos, mas já era comum uma camisa de linho por baixo da túnica. Por cima, uma capa arredondada, que apesar de algumas alterações ainda parecia muito com os trajes de séculos anteriores. A camisa era ajustada ao corpo e confeccionada em linho.

Já as mulheres usavam, por baixo das vestes, uma camisa de linho ou sisal de mangas curtas, com um decote bem discreto.

Entre os trajes da realeza alemã destaco aqui a “dalmática”, peça de baixo confeccionada em tecido violeta, toda ornamentada em ouro e motivos florais, utilizada em coroações e sobreposta por uma alva – uma espécie de túnica confeccionada em seda.

A partir do século XII a moda francesa já era referência para toda a Europa Central, embora as vestes fossem similares às de períodos anteriores, em que tecidos e comprimentos definiam a posição social de quem as usava. Com o passar do tempo, as vestes femininas passaram a ter características próprias. As túnicas já não eram mais largas em toda a sua extensão, e havia um pequeno ajuste abaixo dos seios. As mangas também mudaram, ficando mais volumosas. Aos poucos a capa foi sendo abolida, permanecendo apenas a sobreveste.

Para os homens não houve alteração expressiva, a não ser a inclusão de casaco – “*le pourpoint*” – tanto na França como na Inglaterra, onde a moda também foi muito propagada e aceita.

A partir do século IV as vestes íntimas já exerciam esse papel de proteção, mas agora, em vez de proteger os corpos, protegiam as peças que os cobriam. As vestes utilizadas pelos reis e pela nobreza eram produzidas com tecidos opulentos, bordados em ouro, prata e pedras preciosas. Na impossibilidade de manusear essas peças durante a lavagem, a camiseta, que então era conhecida como “*camisia*”, passa a proteger as roupas do suor e da sujeira. Essa função da “*camisia*” se estendeu pelos anos seguintes, e apesar de ser uma peça íntima, era indispensável no armário da nobreza. Para os trabalhadores, tinha a mesma função. Só que, nesse caso e por uma questão de pudor, permaneciam nos corpos enquanto eram lavadas as peças de cima.

Após essa breve passagem pela história da Humanidade, destacando as peças que, em funcionalidade, se assemelham às camisetas usadas atualmente, darei destaque aos eventos, fatos e movimentos relevantes que mostram a participação ativa da camiseta no universo social e, claro, no universo da moda.

3 A HISTÓRIA DA CAMISETA

Começo meu estudo trazendo a escultura do século XV. Em 1516, Michelangelo finaliza “O Escravo Moribundo” (Figura 14), uma agonizante e romântica despedida da vida. A obra retrata um homem escravo praticamente nu, salvo pelo fato de estar usando nada mais que uma camiseta. Fato intrigante, já que a peça a não era popular na época.

“O Escravo Moribundo” faz parte do conjunto de obras que adornariam o túmulo do papa Júlio II, o que acabou não acontecendo. Fazia par com outra escultura, “O Escravo Rebelde”, também de Michelangelo. O artista começou e parou essas duas obras diversas vezes, optando por dar-lhes como concluídas mesmo que incompletas – basta observar os pés do escravo ainda presos ao mármore.

Figura 14 - Escravo Moribundo, de Michelangelo



Fonte: Jofily (1988, p. 142)

Ao que parece, retrata a vida sofrida de um moribundo, a quem, de tanta indigência o que resta é apenas uma peça de roupa surrada, encardida. Tal peça aperta-lhe o corpo, e

o desconforto representado na figura, que mostra a veste franzida até o peito, como se num movimento desfalecido o escravo tentasse arrancá-la. Já sem forças, porém, a deixa pela metade, enquanto agoniza à espera da morte. Isso nos permite supor que o tecido utilizado talvez fosse rígido e denso.

Como não há registros acadêmicos e fidedignos que comprovem que tal peça era, realmente, uma camiseta, cabe-nos avaliar pelo que somos capazes de observar.

No século XVIII, acontece a Revolução Industrial. Na França, Joseph Marie Jacquard (1752-1834) cria o tear mecânico, que permitia produzir tecidos uniformes e em maior escala. Com o avanço tecnológico, o surgimento das cavas e das peças com mangas também pode ser percebido, tal qual a camiseta como a conhecemos atualmente. Até então, as camisetas, camisas, togas e outras peças não eram produzidas de forma anatômica, ou seja, o tubo que formava a manga não tinha o formato de cava, e sim um mero retângulo, o que deixava a sobreposição das peças bastante desconfortável. Durante a Revolução Industrial, foram construídas máquinas para produção e corte de malhas, em especial, o algodão. No Brasil, essa produção só teve início em meados do século XIX.

Figura 15 - Mecanismo Jacquard no Musée des Arts et Métiers



Fonte: Wikipedia <disponível em: < https://pt.wikipedia.org/wiki/Joseph-Marie_Jacquard> Acesso em 13/09/2021

Uma observação importante é que o período desencadeou a exploração da classe trabalhadora: homens, mulheres e crianças tinham carga horária excessiva e condições insalubres de trabalho. Essa situação passou a ser uma constante, e apesar de velada ainda ocorre atualmente.

Nessa época, o algodão passa a ser usado também na vestimenta, e não apenas em forros ou itens domésticos.

A partir do século XIX, a produção de tecido, além do vestuário industrializado e em escala, aumentou significativamente. No entanto, começa a despertar o desejo por peças personalizadas, feitas sob medida. Dessa forma, a produção em massa abre espaço para o ofício especializado de costureiras, alfaiates e artesãos.

Sobre o tema, há um ótimo estudo feito pelo historiador e jornalista Luís André do Prado, em sua tese de doutorado sob o título "Indústria do Vestuário e Moda no Brasil do Século XIX a 1960".

Prado relata que boa parte da história da vestimenta ficou esquecida por, justamente, não estar atrelada à alta sociedade. Embora o conceito de moda ainda não fosse propagado, a produção em massa existia, e apesar de simples, já respeitava padrões e atendia a demandas específicas.

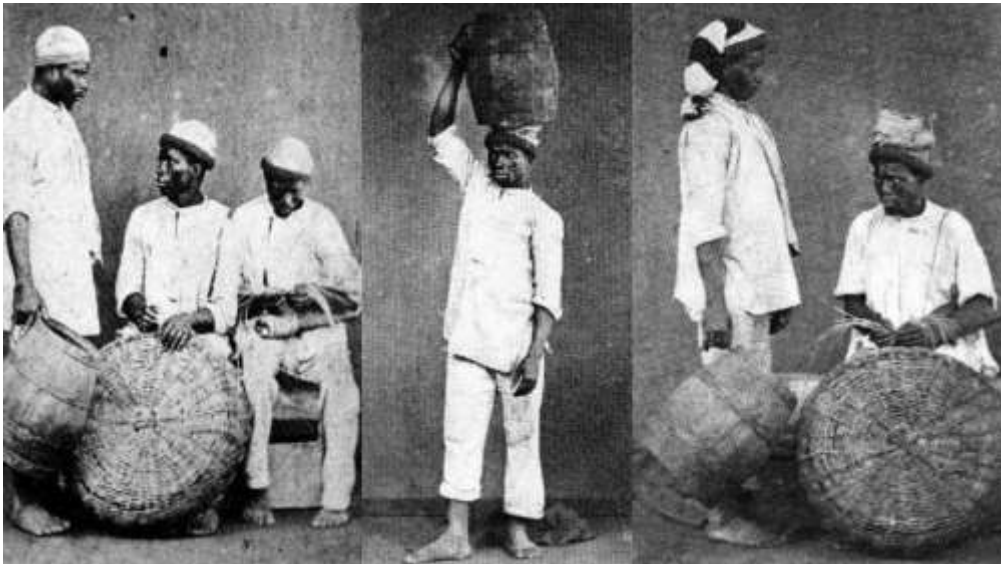
Ele descobre então, anúncios (Figura 16) da época que divulgavam roupas para escravos. Eram produções caseiras, que aproveitavam o algodão rústico das sacas de café para confeccionar peças de vestuário.

Figura 16 - Anúncio de roupas para escravos no Jornal da Tarde, em 1869.



Fonte: Tab Uol <disponível em https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8137/tde-16102019-145105/publico/2019_LuisAndreDoPrado_VCorr.pdf> Acesso em 13/09/2021

Figura 17 – Foto do Livro ‘Escravos Brasileiros do século XIX .



Fonte: Tab Uol <disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8137/tde-16102019-145105/publico/2019_LuisAndreDoPrado_VCorr.pdf> Acesso em 13/09/2021

Nesta imagem é possível observar como escravos se vestiam na época

Entre o final do século XIX e o começo do século XX, a camiseta retoma sua posição de origem: a de proteger o corpo da transpiração e do frio, sendo usada por soldados e por trabalhadores da indústria, agricultura e demais áreas.

Com punhos e colarinhos removíveis, permitindo que a lavagem pudesse ser separada, as camisetas eram utilizadas por baixo da camisa, deixando a peça de cima

exposta à sujeira e à danificação. Desta forma, os trabalhadores passaram a optar por tirar a camisa durante o trabalho, ficando apenas com a camiseta: além de ser uma veste de baixíssimo custo, era mais confortável que as camisas de botões e mangas longas.

Figura 18 - Operariado do século XIX.



Fonte: Mundo Educação Uol. Disponível em:

<https://mundoeducacao.uol.com.br/historiageral/movimento-operario-no-seculo-xix.htm>

Acesso em 13/09/2021

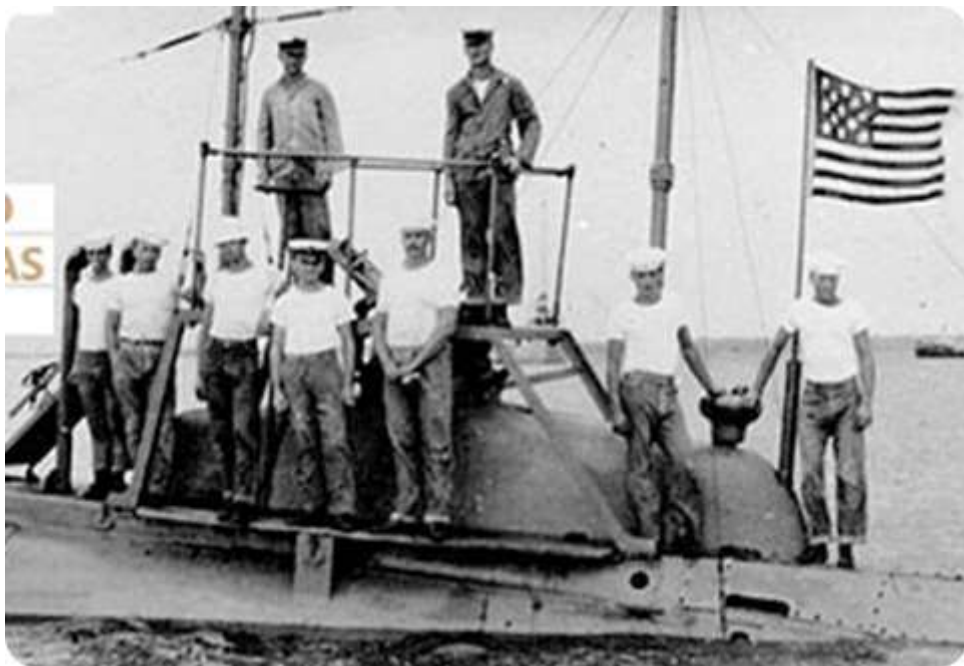
As 1ª e 2ª Guerras Mundiais foram dois dos maiores conflitos que marcaram a história. A primeira durou quatro anos, a segunda seis. Um pouco de conforto era necessário em tempos tão difíceis e a camiseta se tornou, então, um símbolo da época. No mesmo período, com a industrialização e a chegada da máquina de costura, tem início o *prêt-à-porter*, com a criação de peças mais simples e convencionais.

Produzida em algodão, a camiseta era utilizada pelos soldados europeus por baixo de seus uniformes, a fim de manter estável a temperatura do corpo. E logo foi adotada pelos EUA, onde recebeu o nome de *T-shirt* por causa de seu formato remetendo à letra T e

passou a ser um item indispensável nos uniformes da Marinha e do Exército norte-americanos.

Além disso, a peça, que originalmente era ainda uma roupa de baixo (ou peça íntima), já podia ser vista sendo usada pelos soldados em trabalhos braçais fora das zonas de combate.

Figura 19 - Soldados da Marinha Americana, 2ª Guerra Mundial



Fonte: Naval History and Heritage Command. Disponível em: <

<https://www.history.navy.mil/research/library/online-reading-room/title-list-alphabetically/f/flag-sizes.html>>

Acesso em 13/09/21

Abrindo parênteses para a moda, um fato relevante que ocorre no início do século XX, próximo ao fim da 1ª Guerra Mundial e, claro, relacionado à camiseta, é a visita de Coco Chanel à Riviera Francesa. Chanel observa os marinheiros vestindo camisetas brancas com listras azuis, e aí nasce a inspiração para sua famosíssima coleção náutica.

Figura 20 - Marinheiros usando camisetas de listras



Fonte: Blog Sigbol: disponível em: < <https://blogsigbol.com/2015/03/27/a-historia-das-listras/>> Acesso em: 13/09/2021

Provavelmente seja este o primeiro registro fotográfico de uma mulher usando camiseta – e com apelo de moda.

Coco Chanel – estilista francesa, referência para a indústria da moda, mundialmente conhecida pela criação do “tubinho preto” e pelo “Chanel nº 5” – revolucionou a moda com suas criações que conseguiam ser modernas, sofisticadas e, ao mesmo tempo, simples. Seu estilo atemporal, confere à sua marca elegância e *glamour*.

Vale lembrar que, até cerca de 10 anos antes, as mulheres eram submetidas a vestes que lhes oprimiam os corpos e os escondiam. O espartilho – peça criada para manter a postura esguia, suportar os seios e diminuir as medidas – é um exemplo de como a moda era capaz de fazer os corpos femininos sucumbirem dentro das roupas. No século XIX, na Era Vitoriana, o espartilho ganha fechos com barbatanas, com o objetivo de afinar ainda mais a cintura.

Foi Coco Chanel quem trouxe liberdade e conforto para o corpo feminino.

Figura 21 - Coco Chanel usando camiseta de listras



Fonte: Blog Sigbol: disponível em: < <https://blogsigbol.com/2015/03/27/a-historia-das-listras/>> Acesso em: 13/09/2021

Quase 20 anos pós-guerra, o cinema emplaca um dos mais importantes filmes da história, “*It Happened One Night*”, de Frank Capra, estrelado por Clark Gable e Claudette Colbert. Primeira produção a ganhar o Oscar das cinco principais categorias (Melhor Roteiro, Melhor Ator, Melhor Atriz, Melhor Diretor e Melhor Filme), ficou conhecido como “a mãe de todas as comédias românticas” e conta a trajetória de uma moça milionária e mimada que se casa, a contragosto do pai, com um rapaz que ele desaprovava. Durante uma discussão, a moça pula do navio em que ela e o pai estavam e dá início à sua jornada de viagens, até conhecer o jornalista desempregado Peter Warren, que vislumbra nela a possibilidade de produzir sua grande matéria.

A cena mais icônica do filme, e que repercutiu negativamente na indústria têxtil e de moda, ocorre quando Peter Warren tira a camisa e está sem a *T-shirt* por baixo. A camiseta, que deveria ser usada para proteger a camisa do contato com o corpo, simplesmente não estava lá. Hilária, a cena acontece quando os dois, sem dinheiro, são obrigados a se hospedar no mesmo quarto de hotel, numa época em que era impensável uma moça dividir o quarto com um homem com quem não fosse casada. Para separá-los, Peter cria uma

divertida “muralha de lençol” e, enquanto se prepara para dormir, tira a camisa e fica nu da cintura para cima.

Há relatos de que a influência de Clark Gable era tão grande sobre seu público que as vendas de camisetas caíram drasticamente: as pessoas perceberam que usar a camiseta por baixo da camisa não era necessário.

A cena dá ao roteiro um certo tom de transgressão: um homem ficar de camiseta em frente a uma mulher representava intimidade; sem a camiseta, era quase um escândalo

Figura 22 - Cena do filme “It Happened One Night”, de 1934



Fonte: You Tube. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=Li8NDby2iz4>> Acessado em:

131/09/2021

Há indícios, que em 1938, a loja de departamentos Sears¹ lança uma camiseta por 24 centavos, e a chama de “camisa de marinheiro”. O anúncio dizia que a vestimenta poderia ser usada por baixo ou, ainda, somente ela.

Na imagem vemos o que seria o primórdio de um baby-boom. Um rapaz jovem representando a figura dos novos tempos e de novos comportamentos sociais

Figura 23 – Campanha Lojas Sears, 1938



Fonte: GoudronBlanc: <disponível em: < <https://goudronblanc.com/blog/histoire-t-shirt-homme/>> Acessado em : 13/09/2021

¹ A **Sears** foi uma loja de departamento americana, originalmente de moda e utensílios femininos, mas rapidamente, com enorme aceitação, começou expandir seus produtos. Chegou ao Brasil em 1949 e concorria diretamente com a Mesbla e o Mappin. Até os anos 80 ainda era líder nesse tipo varejo. Em 1983 a holandesa Malzoni e a Vendex adquiriram o controle acionário das unidades das lojas da Sears no Brasil. Na década de 1990 as lojas foram vendidas para o Mappin e para shopping centers

Em 1942 a revista *Life*² publica, na capa de uma de suas edições, a foto de uma das primeiras camisetas estampadas da história, com a imagem de um soldado da Escola Militar Americana (*The Air Corps Gunnery School*). A partir daí, a camiseta fica conhecida e ganha prestígio entre o público jovem. Tinha forte apelo cultural e crítico, principalmente no que se referia ao cinema e ao teatro. Sua última edição foi publicada nos anos 2000.

Figura 24 - Capa da Revista Life, 1942



Fonte: Task Purpose. Disponível em <https://taskandpurpose.com/mandatory-fun/military-t-shirt-history/>
Acessado em: 13/09/2021

A partir da década de 40, a camiseta ganha destaque no vestuário do dia a dia. Nesta ocasião, ela tem sua primeira aparição no universo político: era comum ver o candidato à

² A **Life** foi uma revista de fotojornalismo, fundada em 1936, pelo mesmo fundador da revista Time. A revista tinha forte apelo crítico, principalmente no cinema e Teatro.

Presidência dos Estados Unidos, Thomas E. Dewey, usando na campanha eleitoral uma *T-shirt* estampada com a sua imagem.

Governador do estado de Nova York entre 1943 e 1955, caracterizando sua atuação pela honestidade e eficiência, Thomas E. Dewey diminuiu os impostos, ampliou o acesso à educação, aumentou os salários dos funcionários públicos e reduziu o déficit estadual em mais de 100 milhões de dólares. Propôs leis contrárias à discriminação racial e foi o grande incentivador e principal responsável político pela criação da *State University of New York*.

Um candidato popular, identificado com as necessidades e as urgências da população com baixo poder aquisitivo. O que nos permite deduzir que o uso da camiseta em suas aparições públicas era estratégico: baratas e acessíveis a todos, as camisetas utilizadas por Thomas E. Dewey como peças essenciais em seu vestuário de campanha ajustavam-se perfeitamente à sua imagem como candidato.

Figura 25 - Thomas E. Dewey, candidato à presidência dos EUA, 1948



Fonte: The Shirt and Protest. Disponível em < <https://www.tshirtsandprotest.com/a-brief-history-of-the-t-shirt>> Acessado em: 13/09/2021

A partir da década de 50, finalmente o cinema deu à camiseta a relevância merecida, graças a seu uso por ninguém menos que Marlon Brando, em “*A Streetcar Named Desire*”.

A vestimenta, sem nenhuma sobreposição e ajustada ao corpo, passa a ser item de desejo entre os jovens do pós-guerra, como forma de manifestar atitude e rebeldia.

Baseado na peça de Tennessee Williams com o mesmo nome, “*A Streetcar Named Desire*” é um drama dirigido pelo respeitado cineasta greco-americano Elia Kazan. Com 12 indicações ao Oscar, o filme foi vencedor em 4 categorias: Melhor Atriz, Melhor Ator, Melhor Atriz Coadjuvante e Melhor Direção de Arte. Conta a história de Blanche, uma atormentada viúva que se refugia na casa da irmã Stella, personagem submissa que vive um relacionamento abusivo com o marido, o agressivo e sexy Stanley – brilhantemente interpretado por Marlon Brando. Stanley está sempre de camiseta suada, ou então despindo-se dela. Na maioria das cenas ele veste uma camiseta com mangas, mas também há aquelas em que aparece de regatas.

O filme explora toda a virilidade de um homem, ao mesmo tempo em que escancara suas fragilidades. O que certamente acabou fazendo com que a camiseta fosse o figurino escolhido para vestir, na maioria das cenas, o personagem vivido por Marlon Brando.

A camiseta e o personagem vivem em total concordância, como se um fosse a extensão do outro. Stanley era rude, forte, resistente. A camiseta também. Stanley era rústico e impolido, mas dono de inegável beleza. Com a camiseta acontecia o mesmo: escondida entre suor e sujeira, ainda assim era possível notá-la e perceber sua singularidade.

Ao mesmo tempo em que Stanley se expõe e põe para fora toda a sua agressividade, ele se esconde atrás de uma camiseta, uma roupa íntima que deixa transparecer o corpo, seus movimentos e suas fragilidades, através do suor.

Figura 26 - Marlon Brando, como Stanley, em cena do filme "A Streetcar Named Desire", 1951.



Fonte: Culture PL. Disponível em: < <https://culture.pl/en/article/meet-the-kowalskis-clooney-brando-eastwood-a-penguin>> Acessado em: 13/09/2021

Quatro anos depois, foi a vez de outro astro usar uma *T-shirt* nas telas do cinema: James Dean, no cultuado "*Rebel Without a Cause*".

Figura 27 - James Dean no filme "*Rebel Without a Cause*", 1955.



Fonte: Firstpost. Disponível em: < <https://www.firstpost.com/entertainment/how-rebel-without-a-cause-depicted-a-generation-devoid-of-spiritual-lives-coming-of-age-at-a-time-of-peace-7917211.html>> Acessado em: 13/09/2021

Note-se que o cinema pretendia criar uma imagem de homem livre e selvagem, avesso a qualquer tipo de regra, como se lançasse um olhar sobre o destino daqueles que sobreviveram à guerra. E como em resposta a todo o sofrimento vivido na época, os homens se despem de seus uniformes de luta, vencem o medo e baixam a guarda,

deixando expostas sua fragilidade, sua intimidade, sua ira, seus rancores. Por isso, a camiseta é tão bem colocada nas telas: peça íntima largamente exposta, usada por aqueles que já não precisam mais proteger o corpo.

É curioso como, em *“Rebel Without a Cause”*, a camiseta vai ganhando espaço a cada cena. No primeiro momento, o personagem Jim Stark usa uma camiseta branca da forma convencional, por baixo da camisa social e do paletó. Depois, passa a cobri-la apenas com uma jaqueta, para enfim expô-la completamente. (Quase como se seguisse uma espécie de cronologia da própria peça.)

É aí que a camiseta assume protagonismo entre os jovens, por representar atitude, rebeldia e transgressão. Até então, e como a camiseta não era comumente usada por mulheres, a imagem masculina, fosse ela a de um mocinho ou a de um bandido, era composta entre ternos, ou terno e colete, barba feita e chapéu.

Mais uma vez na função de agente transformador, entra em cena o cinema, propagando ideologias, influenciando e – ao contrário dos anos 50, marcados pela rigidez – abrindo espaço para que a década seguinte fosse totalmente oposta.

É nessa época que algumas subculturas começam a surgir, entre elas a dos *“rockabillys”*: os *rockeiros* dos anos dourados.

Espécie de subgênero do *rock*, o *rockabilly* foi um movimento musical nascido nos EUA, nos anos 50. Tem um estilo, ao mesmo tempo, meio acaipirado e meio rebelde, misturando música country com R&B – ou seja, música branca com música preta. Os integrantes desse grupo eram homens de topetes artisticamente penteados, trajando calças *jeans*, jaquetas de couro e, claro, camisetas brancas usadas por dentro da calça e por baixo da jaqueta.

Na época, aquele que usasse calça *jeans* com camiseta era imediatamente associado à imagem de um marginal – no sentido estrito de alguém à margem da sociedade. Era uma vestimenta simples e barata, criada para atender o público de classe baixa e que, por isso mesmo, se tornou tão popular.

Impossível falar desse movimento sem mencionar seu grande expoente: Elvis Presley. Em 1954, sua gravação de *“That’s All Right, Mamma”* – realizada nos lendários

estúdios da Sun e acrescentando swing e ritmo ao estilo – estourou, abrindo caminho para que o *rockabilly* virasse um fenômeno mundial.

Figura 28 - Elvis de camiseta listrada



Fonte: Redação QG. Disponível em: < <https://gq.globo.com/Cultura/Musica/noticia/2018/07/os-icone-do-rock-que-ditaram-moda.html> > Acessado em 13/09/2021

A partir dos anos 60, e ainda motivadas pelo pós-guerra, acontecem por todo o mundo manifestações que dão início a um rico período de transformações nas áreas cultural, social, da arte, da moda. E os jovens se põem à frente delas, assumindo seu inquestionável direito de participar dos debates a respeito de questões sociais e políticas. Os jovens queriam mudar o mundo – e quem queria mudar o mundo vestia uma camiseta.

Com isso a camiseta segue em ascensão, e agora muito além das cores branca e preta: com o advento dos movimentos pacifistas, ela ganha cores psicodélicas, estampas diversas, mensagens de paz e amor. Invade as ruas, toma espaços e corpos, divulga belas e poderosas mensagens, como “Faça amor, não faça guerra”. A partir daí ela se torna ainda mais democrática e passa a ser unissex: é o momento histórico em que as mulheres começam a utilizá-la, em busca de contestação e protagonismo.

Figura 29 - Jovens chegando para o Festival de Woodstock, 1969.
(Direitos: Ric Manning)



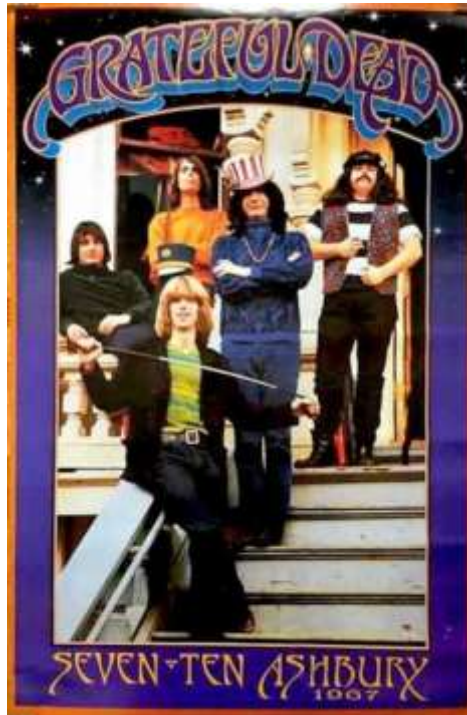
Fonte: Lumen Boundless US History. disponível em: <<https://courses.lumenlearning.com/boundless-ushistory/chapter/counterculture/>> Acessado em 13/09/21

Em suas sempre concorridas apresentações, a banda Grateful Dead incentivava o movimento *"Do It Yourself"*, estimulando os fãs a fazerem suas próprias *tees* para vender durante os shows.

Formada em 1965 sob a liderança do guitarrista Jerry Garcia, Grateful Dead foi uma banda de *rock* californiana de estilo único, famosa por suas apresentações performáticas e cheias de improvisos, mistura que levava o público ao delírio.

Muita gente largava a família para seguir a banda. Por conta dos efeitos de som, da sublimidade dos arranjos, os shows mais pareciam cultos espirituais do que concertos de música.

Figura 30 – Banda Grateful Dead



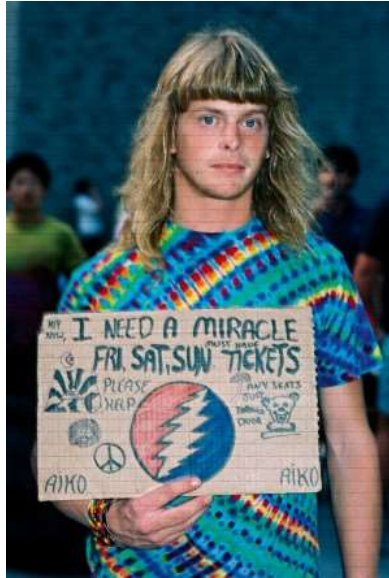
Fonte: Pinterest. Disponível em: < <https://br.pinterest.com/pin/815573813927698431/> > Acessado em 13/09/2021

Figura 31 - Camiseta Grateful Dead



Fonte: Store Dead. Disponível em: < <https://store.dead.net/apparel/men/june-1976-tie-dye-t-shirt-7.html> > Acessado em 13/09/2021

Figura 32 - Jovem pedindo ajuda para entrar no Show em Mountain View



Fonte: Revista Trip. Disponível em: <<https://revistatrip.uol.com.br/trip/louvido-seja-deus>> Acessado em 13/09/2021

Os anos seguintes ratificaram a indispensável presença da camiseta na moda, nas artes, na música e nos mais diversos movimentos sociais. E as camisetas ideológicas, com frases de impacto e de manifestação da cultura jovem, tornaram-se extremamente populares.

Figura 33 e 34 - Jovens norte-americanas na década de 70



Fonte: Follow The Colours. Disponível em: < <https://followthecolours.com.br/art-attack/fotografia-juventude-anos70-joseph-szabo/> > Acessado em 13/09/2021

Com a repressão e a censura, implantadas pela ditadura militar, tem início no Brasil uma forte perseguição à imprensa e à classe artística.

Os conflitos sociais que vinham se arrastando há décadas, aliados ao movimento hippie que acontecia nos EUA e na Europa, provocaram na juventude do mundo inteiro um irrefreável desejo de expressividade. De modo geral, os movimentos de contracultura surgiram em consequência do descontentamento com as regras e os padrões de vida impostos aos jovens pela sociedade.

São estes movimentos que serão explorados daqui para a frente.

4 A CAMISETA E OS MOVIMENTOS CONTRACULTURA

Em primeiro lugar, é importante contextualizar o termo “contracultura”. O próprio nome sugere contrariedade às regras, às normas, aos padrões estabelecidos e aceitos. Questionar estes preceitos tão hegemônicos era algo sempre visto como um ato de rebeldia – ou, pior, uma contravenção.

Em geral, as ações de contracultura nasciam de jovens que questionavam principalmente a política, mas também padrões de comportamento e instituições primárias, como família e religião. O objetivo era denunciar os atrasos e se rebelar contra eles, em busca de novas maneiras de viver e encarar o mundo. Obviamente, tais contestações não eram bem-vistas pelo status quo, e as forças da repressão atuavam sobre elas sem qualquer pudor.

O Brasil da década de 70 vivia o período mais violento da ditadura militar – que acabou conhecido pelo triste nome de “Anos de Chumbo”. Censurados, os meios de comunicação não tinham como manter a população informada sobre a real situação do país, em que órgãos de segurança praticavam a tortura, jornalistas eram perseguidos e dissidentes se viam obrigados a partir para o exílio. Paradoxalmente, foi também um período em que o Brasil experimentou significativo crescimento econômico, no que a propaganda oficial denominou de “Milagre Brasileiro”.

Embora cada vez mais atuantes, a repressão e a censura não conseguiam frear completamente os movimentos de resistência, tanto política quanto cultural. E sobretudo nesses últimos, a camiseta se torna presente e protagonista, sendo usada como forma de questionar, protestar e controverter.

Não há dúvidas de que o século XX trouxe inúmeras mudanças sociais, políticas, culturais e de comportamento, com eventos capazes de provocar importantes transformações e reviravoltas na história da humanidade.

A seguir falaremos sobre alguns destes movimentos, sem ter contudo a intenção de esgotar o assunto, nem citar todos os movimentos aos quais a camiseta mostrou-se vinculada, mas sim, apontar a relação da camiseta com tais movimentos.

4.1 Geração *Beatnik*

Embora os anos 60 e 70 tivessem sido marcados por um avassalador despertar da juventude, antes deles um grupo de jovens intelectuais já prenunciava um dos movimentos mais importantes da contracultura.

Esse grupo surgiu nos EUA, entre as décadas de 40 e 50, e criticava o cenário pós-guerra, quando os americanos viviam um consumismo exacerbado, motivado pela expansão econômica – a Era de Ouro do Capitalismo.

Figura 35 - Rob Donnelly, Neal Cassady, Allen Ginsberg, Robert La Vigne e Lawrence Ferlinghetti em 1956



Fonte: Revista Bula. Disponível em: <<https://www.revistabula.com/7737-on-the-road-o-livro-que-inventou-uma-geracao/>> Acessado em: 13/09/2021

Inimigos do conservadorismo, os *beatniks* tiveram grande influência nas gerações seguintes. Sem eles não existiriam os *hippies* e, possivelmente, nem mesmo os engajados movimentos estudantis.

Figura 36 - O escritor Jack Kerouac, autor de “On The Road”.



Fonte: Revista Bula. Fonte: Revista Bula. Disponível em: <<https://www.revistabula.com/7737-on-the-road-o-livro-que-inventou-uma-geracao/>> Acessado em: 13/09/2021

Autor do best-seller “*On The Road*”, Jack Kerouac foi um dos expoentes da geração *beatnik*, que teve seu auge nos anos 50 e 60.

Lançado em 1957, “*On the road*” conta a história do próprio Kerouac e seu amigo Neal Cassady, além de retratar outros personagens fundamentais do universo *beat*, como Allen Ginsberg e William Burroughs. (No livro, tanto Kerouac quanto os demais personagens estão protegidos por pseudônimos.)

4.2 Movimento *Hippie*

Enquanto no Brasil a sociedade era pressionada pela ditadura militar e os jovens represados com extrema violência, nos EUA acontecia o Movimento Hippie, que serviu de referência para a juventude brasileira. O objetivo do movimento era contestar o sistema opressivo que perdurava há décadas, tendo trazido violência, guerras, miséria e sofrimento.

Impulsionado por músicos e artistas, o movimento se espalhou pelo mundo, ganhando força, reconhecimento e atraindo milhares de seguidores.

No campo artístico – mais especificamente na música – surgiram bandas que tinham tudo a ver com o movimento, e entre as mais importantes aqui no Brasil estavam os Novos Baianos.

Originalmente formada por Baby Consuelo (que mais tarde passou a se chamar Baby do Brasil), Moraes Moreira, Galvão e Paulinho Boca de Cantor, e contando com músicos extraordinários, como os irmãos Pepeu e Jorginho Gomes, a banda foi fortemente influenciada pela contracultura e por um dos movimentos artísticos mais importantes da história cultural brasileira, a Tropicália.

Com letras inteligentes e melodias inspiradas, a música produzida pelos Novos Baianos era um autêntico caldeirão de ritmos e criatividade. E o estilo de vida do grupo transbordava liberdade e quebra de tabus: viviam todos juntos, com maridos, esposas, namorados, namoradas, filhos, filhas, amigos e amigas, no sítio Cantinho do Vovô, no bairro carioca de Jacarepaguá.

O desejo dessa comunidade alternativa era manter, juntas, as pessoas queridas e com o mesmo ideal, sem se preocupar com regras e tradições impostas por quem quer que fosse.

Garbo e civilidade – refiro-me à civilidade rotulada como ideal pelo establishment – não faziam parte do dia a dia dos *hippies*. Suas roupas, por exemplo, eram confortáveis e desconectadas de qualquer tipo de *glamour*. E aí vêm elas mais uma vez: as camisetas.

Figura 37 - Novos Baianos no quintal do sítio Cantinho do Vovô, em Jacarepaguá, Rio de Janeiro (1972)



Fonte: Revista Trip. Disponível em: <https://revistatrip.uol.com.br/trip/por-que-nao-viver-nao-viver-esse-mundo>> Acessado em: 13/09/2021

Essa imagem dos Novos Baianos, em que quase todas e todos – mulheres, homens e crianças – usam camiseta, evidencia o caráter atemporal, popular e de liberdade que a caracteriza, e que fizeram dela um símbolo de contravenção.

Enquanto isso, nos EUA, jovens militantes denunciavam seu próprio país pelo apoio, financiamento e participação em conflitos externos. (Estranhamente, uma democracia que carregava a marca da guerra.)

Esses jovens norte-americanos repudiavam o capitalismo e condenavam a mercantilização da vida humana. Outros, pregavam a paz e se dedicavam ao desenvolvimento espiritual. Tanto entre os do primeiro grupo quanto nos do segundo, muitos viraram *hippies*.

4.3 Movimento Feminista

Conectado ao movimento hippie, embora sua primeira onda tenha acontecido bem antes, no final do século XIX, e tendo como principal reivindicação o direito ao voto, o feminismo ganhou amplitude e força na segunda metade do século XX, entre os anos 60 e 80.

Figura 38 - Mulheres protestando no concurso Missa América, 1968



Fonte: Feminismo Com Classe. Disponível em <<https://feminismoclasse.medium.com/52-anos-do-protesto-que-n%C3%A3o-queimou-suti%C3%A3s-f38faf5349e1>> Acessado em: 13/09/2021

A “lata de lixo da liberdade”, onde mulheres jogaram tudo aquilo que simbolizava sua submissão, tortura e condicionamento patriarcal. Era o ano de 1968, e o ato aconteceu em protesto à realização do concurso Miss América.

Na ocasião, embora os principais pleitos fossem a liberdade e a não-submissão, também ganhou força a fundamental questão sexual. Mulheres não estavam mais dispostas a fazer sexo exclusivamente para procriar, nem a viver a mando de seus maridos. Foi nesse contexto, proposto e incentivado pelos *hippies*, que elas começaram a queimar sutiãs em praças públicas, em um dos muitos gestos e atitudes que deixavam claro o repúdio feminino a seu papel de objeto sexual. O movimento feminista ganhava as ruas para dizer um veemente “não” ao machismo.

Figura 39 - Mulher no concurso Miss América, em Nova Jersey



Fonte: BBC News. Disponível em: < <https://www.bbc.com/news/world-45303069> > Acessado em 13/09/2021

Com o surgimento da pílula anticoncepcional, o sexo por prazer passou a ser algo desejável e – melhor – factível.

Figura 40 - Janis Joplin em uma de suas mais emblemáticas fotos, de camiseta e sem sutiã.



Fonte: Correio de Atibaia. Disponível em: < <https://www.correiodeatibaia.com.br/coluna/rochas-do-rock/>>
Acessado em: 13/09/2021

Outra importante onda do feminismo nasceria nos anos 90, e dessa vez em um contexto ainda mais profundo, já que a desigualdade persistia e resistia. O movimento apontava outros padrões de opressão que, somados ao machismo, geravam ainda mais violência. E esses padrões iam muito além do direito ao voto e da liberdade sexual.

Percebia-se que a opressão tinha variantes entre mulheres brancas e pobres, as pretas e as de classe média, evidenciando racismos, preconceitos diversos e discriminação política.

Em 2010 surge a quarta onda do movimento feminista, presente até os dias atuais e cada vez mais poderosa, contando com o apoio da internet e a força das redes sociais para propagar ideias e amplificar debates a respeito de temas essenciais, como o assédio, o estupro e o aborto.

Passa-se a discutir, entre tantas outras coisas, os critérios de representatividade política, o direito ao próprio corpo e, também, a escolha da vestimenta que o irá cobrir.

Um evento extremamente significativo dessa quarta onda aconteceu em 2011, organizado por jovens canadenses: a Marcha das Vadias. Motivado por um caso de estupro em que a

vítima foi culpabilizada devido às roupas que vestia, o protesto mobilizou jovens do mundo todo, inclusive no Brasil. :

No Brasil a marcha contou com mais duas edições, em 2012 e a derradeira em 2013. O objetivo do evento era protestar contra o machismo, homofobia, e pela igualdade de genero.

Figura 41 - Marcha das Vadias em Salvador



Fonte: Bahia Notícias. Disponível em: <<https://www.bahianoticias.com.br/noticia/104023-itabuna-marcha-das-vadias-acontece-neste-sabado.html>>

Figura 42 - Jovens curitibanos produzindo camisetas para a Marcha das Vadia



Fonte: Marcha das Vadias CWB. Disponível em:

<https://marchadasvadiascwb.wordpress.com/2012/06/24/camisetas-da-marcha-das-vadias-de-curitiba/>

Acessado em: 13/09/2021

4.4 Movimento *Punk*

O Movimento *Punk* trazia, em sua origem, um tom nada pacífico de rebeldia provocativa. Embora os propósitos fossem similares, certamente não havia qualquer identificação com os *hippies*, que tinham em sua essência a paz e o amor, a ordem pelo coletivo e pela vida.

Os *punks* eram agressivos, violentos, buscavam independência e individualidade.

Inspirado no *rock'n roll*, o Movimento *Punk* surgiu nos EUA por volta de 1974 e, semelhante ao caso dos *beatniks*, tratava-se de uma manifestação juvenil caracterizada

por um estilo musical. Só que, dessa vez, era o *rock* que dava vida às personas do movimento.

Figura 43 - Banda Ramones, 1976



Fonte: Revista Rolling Stone. Disponível em: <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/ramones-see-rare-photos-from-punks-seventies-peak-12250/> Acessado em 13/09/2021

Considerados os precursores do estilo, os norte-americanos dos Ramones foram e ainda são os músicos mais influentes da história do *punk rock*. Entre *jeans*, couros, camisetas e cabelos longos, a banda foi ganhando cada vez mais reconhecimento nesse

universo, e gerou seguidores importantes no cenário musical, como as bandas inglesas *The Clash* e *Sex Pistols*.

Pois é. Apesar de nascido nos EUA, foi na Inglaterra que o Movimento *Punk* tomou corpo e forma. Suas propostas eram anarquistas e repudiavam a ideia de que um governo e uma sociedade tivessem poder de dominação sobre a massa.

Por se tratar de um movimento urbano, os *punks* tomavam ruas e espaços públicos, e o desejo de não parecer comum era revelado através de sua estética, tão agressiva quanto suas músicas.

Os *punks* jamais passavam despercebidos. Eles utilizavam em sua indumentária qualquer coisa que parecesse rude e grotesco, antagonizando o tradicionalismo,

principalmente na Inglaterra, onde as convenções monárquicas pautavam o comportamento da sociedade.

Retomaram a expressão “*Do It Yourself*”, criada pelos *hippies*, e deram usabilidades nada convencionais a itens do dia a dia, como alfinetes, cadeados e correntes. Itens até então usados para “prender”, nas mãos dos *punks* viravam libertadores acessórios de afronta.

Figura 44 - Banda *The Clash*, 1977



Fonte: Instagram (perfil oficial da banda). Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/CRUEOv7I49C/>> Acessado em: 13/09/2021

A música e a moda caminhavam juntas, na disseminação desses ideais anarquistas.

E falar de *punk rock* sem mencionar Viviane Westwood é uma afronta ainda maior do que qualquer outra que tenha sido provocada pelo movimento.

Figura 45 – Vivienne Westwood, a direita, em frente à loja *Let It Rock*, 1972



Fonte: The Fashion Chop. Disponível em: <http://thefashionchop.com/index.php/archivos/1737> Acessado em 13/09/2021

Em 1971, Vivienne Westwood e seu marido Malcolm McLaren abriram a loja “*Let It Rock*”. Além das peças tão criativas de Vivienne, a loja trazia um sem-número de artigos autênticos e alternativos.

No ano seguinte a loja muda de nome e endereço, e passa a vender somente as criações de Vivienne. Aliás, criações excessivamente ousadas, e que futuramente acarretariam seu fechamento.

Dentre as peças mais vendidas estavam as camisetas que traziam mensagens de cunho sexual e temas polêmicos, além de customizações com insumos questionáveis –

ossos, correntes e couro, este último sob a forma de produtos e detalhes que remetiam à cultura fetichista.

Figura 46 - camisetas assinadas por Vivienne Westwood, vendidas na *Let it Rock*



Fonte: Marie Claire. Disponível em: < <https://www.marieclaire.com.tw/fashion/feature/40989?atcr=6ae08>>

Acessado em 13/09/2021

Figura 47 - Vivienne Westwood e Malcon McLarens usando *T-shirts* de sua grife



Fonte: The London Leather Man. Disponível em: <

<https://www.marieclaire.com.tw/fashion/feature/40989?atcr=6ae08>> Acessado em 13/09/2021

Usadas pelos integrantes dos *Sex Pistols*, as *T-shirts* de Vivienne marcaram o *look* da cultura *punk*. Transgressoras, as camisetas faziam parte do figurino da banda e logo passaram a ser consumidas também pela massa que a seguia.

Figura 48 - Banda *Sex Pistols*



Fonte: Moda de Subculturas. Disponível em: < https://3.bp.blogspot.com/-JfBrHpCTcc/V8ThVnljml/AAAAAAMns/-bkJpY4ZrZIXTYgRSMtfOUFZDbmFEK_lwCLcB/s1600/sex%2Bpistols%2Blive.jpg > Acessado em 13/09/2021

No livro “O Espírito das Roupas”, Gilda Mello e Souza afirma (1987, p. 124) “Com efeito, a moda é um dos instrumentos mais poderosos de integração e desempenha função niveladora importante, ao permitir que o indivíduo se confunda com o grupo e desapareça num todo maior que lhe dê apoio e segurança”

Refletir sobre este ponto é deveras importante. Quando se observa a camiseta e toda a sua trajetória, sua fulminante popularidade e a sua perpetuação, nota-se como ela é distinta de qualquer outra peça de moda, mesmo que esta também tenha caráter transgressor – como a minissaia, por exemplo.

Nenhuma peça de vestuário se manteve tão íntegra desde o começo de sua existência, tanto na estética quanto na usabilidade. A camiseta não navega em tendências

e, portanto, segue seu caminho sendo apenas palco que dá voz àqueles que necessitam se expressar e contestar.

A camiseta é a porta-voz do agora. Por isso sua presença nos movimentos sociais foi e continua sendo tão importante.

5 OUTDOOR VIVO

Os anos que se seguiram só vieram consolidar a presença da camiseta no dia a dia dos jovens e de todos aqueles que buscavam conforto. O que inicialmente era um ato de rebeldia – um grito de contestação, uma simples peça de vestuário – se transforma em meio de comunicação.

A partir dos anos 60 a camiseta ganha conteúdo. Não são mais somente as de James Dean ou dos *beatniks*, agora elas trazem mensagens, revelam comportamentos e agrupam ideias. Bastava aderir-se ao corpo para expressar os anseios de uma juventude inconformada.

A camiseta deixou de ser um símbolo vago e passou a desfilas nas passarelas da moda com total liberdade, e sem nenhum pudor. E apesar de estar associada às classes mais baixas, não demorou para grandes marcas perceberem seu potencial, passando a empregar todo o prestígio de suas etiquetas nessas peças.

A vestimenta do cotidiano, usada mundialmente da mesma forma, é sem dúvida a peça mais democrática que existe no guarda-roupa de qualquer pessoa. Espontaneamente, tornou-se ícone de conforto e seu afamado custo-benefício atraiu os olhares da indústria da moda e da propaganda.

Marshall McLuhan, o grande teórico dos meios de comunicação de massa, em seu livro “O Meio é a Mensagem” diz o seguinte:

Todos os meios agem sobre nós de modo total. Eles são penetrantes que suas consequências pessoais, políticas, econômicas, estéticas, psicológicas, morais, éticas e sociais, não deixam qualquer fração de nós mesmos inatingida, intocada ou inalterada. O meio é a mensagem. Toda compreensão das mudanças sociais e culturais é impossível sem o conhecimento do modo de atuar dos meios como ambiente. Todos os meios são prolongados de alguma faculdade humana – psíquica ou física. (MCLUHAN, 1967, p. 54)

Para ele, a televisão é o meio de comunicação de massa mais eficaz. Não por ser uma fonte genuína de informação, mas por ter alcançado tamanha credibilidade. McLuhan afirma que é o meio que dá vida à mensagem que se deseja transmitir, portanto ele é a própria mensagem.

Trazer então esta referência para a camiseta é algo pertinente, já que há muito ela deixou de ter sua condição exclusiva de roupa, para abrigar a de um comportamento carregado de ideais.

Se a juventude, grande influenciadora das mudanças de comportamento, passou a usar a camiseta de forma diferente, era hora de buscar também novas formas de vender.

O interesse pela peça passou a transitar por todas as classes. Nas mais altas, a camiseta branca básica inspirava um estilo moderno e arrojado. Sem nenhuma estampa e usada por baixo de um blazer de grife, ela se transforma em item relacionado à sofisticação e à intelectualidade, em que a elegância é sutil e carrega pequenos sinais de requinte. Como se fosse a própria pele adornada em ouros e pedrarias.

O pequeno quadro branco é um espaço livre onde as marcas propagam a sua história, veiculando de forma orgânica seus conceitos publicitários. Se, inicialmente, a primeira camiseta estampada de que se tem registro foi usada em uma campanha política e distribuída como brinde, agora ela carrega as logomarcas das principais marcas de moda, e se torna um item desejável, principalmente entre os jovens, que pagam para ter acesso à peça que os fará divulgadores de graça.

Trata-se de uma das sacadas mais geniais da indústria. As pessoas costumam aproveitar o comercial para ir ao banheiro, esticar as pernas, e por diversas vezes não se atentam às mensagens dos comerciais. É assim na TV, no Youtube e em vários outros meios de comunicação que apelam para o visual. Já no caso da camiseta o olhar é instintivo, justamente por conta da história que ela carrega.

Marcas de grife, de bebidas, de times de futebol, de bandas, todas apostam na camiseta como um veículo de comunicação tão eficaz quanto a da televisão. E o melhor: de graça.

Se, na pior das hipóteses, a camiseta fosse um brinde, e não um veículo de comunicação, assim como um caderno ou uma caneta, ainda assim ela exerceria seu papel de forma brilhante. No entanto, cabe a pergunta: para que oferecer como brinde, se as pessoas estão dispostas a pagar por ela? Assim, simultaneamente, a marca promove seu produto e com as vendas arca com os custos da sua promoção.

Já que as camisetas são democráticas e transitam livremente em qualquer situação, manter sua produção gera alto giro de produto e a propaganda gratuita. Marcas como Coca-Cola (Figura 52), Hering (Figura 53), Gucci (Figura 54), entre outras da mesma relevância ou não, já fazem uso deste tipo de divulgação. E marcas de esporte como a Adidas por exemplo, apostando na camiseta para *looks* foram dos treinos. Mas obviamente, dada sua abrangência, a usabilidade da camiseta não está limitada ao universo da moda. Camiseta une ideais, como na política, exemplo, a favor (Figura 55) ou contra (Figura 56) um candidato.

Figura 49 – Jovens em Campanha Coca-Cola



Fonte: Coca Cola Jeans. Disponível em: < <https://cocacolajeans.com.br/>> Acessado em 13/09/2021

Figura 50 - Campanha Hering “Com que roupa eu vou?”



Fonte: Meio & Mensagem. Disponível em: <

<https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2021/07/08/hering-reforca-compromisso-com-a-sustentabilidade.html>> Acessado 3m 13/09/2021

Em 2021, a marca Hering fez uma releitura de uma de suas campanhas veiculadas em 1997, com a trilha “Com que roupa eu vou?”, de Noel Rosa. Dessa vez, a Hering traz uma provocação com o mote “Com que roupa eu vou construir esse novo mundo?”, pelas vozes de Gabi Amarantos, Duda Beat e Alice Caymmi, entre outros.

Figura 51 – Camiseta Gucci – Coleção Resort 2017



Fonte: Farfetch. Disponível em: < <https://www.farfetch.com/br/style-guide/tendencias-subculturas/camiseta-gucci-como-usar-essa-tendencia-da-ultima-temporada/>> Acessado em 13/09/2021

Uma camiseta Gucci, transitando pelas ruas da cidade. Quem poderia imaginar, que camiseta também se tornaria um item de luxo.

Figura 52 - Campanha Política promovida do candidato Fernando Haddad, 2018



Fonte: Site Lula. Disponível em: < <https://lula.com.br/erga-a-cabeca-vista-a-camisa-e-va-pra-rua-lutar-por-lula-haddad-manuela/>> Acessado em 13/09/2021

Figura 53 - Camiseta Autoral



Fonte: Elo7. Disponível em: < <https://www.elo7.com.br/camiseta-fora-bolsonaro-feminina-dona-herminia/dp/16A9B24>> Acessado em 13/09/2021

Figura 54 - Camiseta Adidas para um *look* casual

Fonte: Stela de Look. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/sport-everywhere/> Acessado em: 13/09/2021

É essa versatilidade da camiseta que a torna um fenômeno mundial. Utilizada, ainda, como objeto na luta pelos direitos da humanidade, do meio ambiente, de lutas políticas, mas agora com mais um viés: o da publicidade e propaganda.

É fato que o Brasil é extremamente favorecido no uso da camiseta, tanto na moda como nas intervenções sociais: o clima tropical ajuda, é um grande aliado da peça fresca e confortável. Além disso camiseta tem tudo a ver com o brasileiro, é leve, jovial e versátil, características que facilmente representaria o brasileiro também.

6 CAMISETA, MODA E BRASIL

Os movimentos contracultura percorreram o mundo todo, sempre iniciados entre os polos EUA e Europa e ganhando ramificações com pleitos específicos de acordo com os demais lugares nos quais se estabeleciam. No Brasil, tanto os efeitos desses movimentos como a própria usabilidade da camiseta também foram profundamente explorados.

Um dos poucos mercados mundiais onde a camiseta se faz presente em qualquer estação é, sem dúvida, o Brasil. O clima tropical converge totalmente para o conceito de leveza proposto pela peça. A *T-shirt* foi aos poucos se popularizando e ganhando produção exclusiva, fosse em grandes fabricantes ou em pequenas e microconfecções.

Uma concorrência limpa e perfeita é o que podemos dizer da venda de camisetas no mercado brasileiro. O corte simples, reto, padrão, permite a produção em gigantescos volumes por grandes indústrias como a Hering, em menores quantidades nos pequenos polos e até mesmo em microconfecções. O custo de produção é relativamente baixo: bastam uma ou duas máquinas e um pequeno quadro de funcionários, com dois ou três colaboradores. Isto é o suficiente para manter a atividade em operação.

Além de estar em linha com o clima tropical, a camiseta incorporou a maneira leve e despojada do vestir brasileiro. Baixo custo e praticidade do uso também fazem dela uma espécie de peça-coringa. Não há quem não tenha camisetas no armário.

A versatilidade e a universalidade da peça faz com que a camiseta esteja presente nas coleções de quase todas as marcas, em diversos pontos de vendas, sob os mais variados preços, ocupando posição de destaque da banca de comércio popular até as passarelas de grifes renomadas.

Como se explicar esse fenômeno? Creio que a resposta seja o próprio motivo da pergunta. Porque ela é um fenômeno, assim como o *jeans*, a camiseta, têm sua própria

historia, nasceu para atender um propósito prático, e se incorporou ao dia a dia das pessoas. Se o que deseja é passar uma mensagem de despreocupado, usa-se uma camiseta, Se deseja ir a um evento e estar vestido confortavelmente, usa-se uma camiseta, se o evento for um passeio no parque, camiseta. Se for uma jantar, uma camiseta e um blazer, um almoço de família, camiseta e bermuda. Se o frio aparecer, camiseta e casaco. Agora se é para protestar contra o sistema, a camiseta é quadro branco pronto para soltar a voz, àquela voz que só se propaga quando estampada no peito.

O Brasil é um povo que fala, com a voz, com a musica, com a arte, com a cultura, contra a cultura. Um povo aguerrido que não se cala, que sobre muitos aspectos é submisso, mas que se agarra na esperança de dias melhores. Por isso àquela frase clichê : “não desiste nunca”, lhe é tão característica. Um povo rico, de bens, mas sobretudo de cultura.

Assim como Vivienne Westwood faz uma Moda vibrante, não só pelos volumes e cores, mas por seu carater contestatório, muitas vezes erótico e sem pudor, se fazendo valer da verdade que passa nas ruas e dos temas e pautas da atualidade, alguns estilistas brasileiros como Zuzu Angel³, Ronaldo Fraga entre outros, também tomaram posse dessa condição se apropriando de temas atuais, das suas próprias lutas da camiseta para criar e produzir peças que refletem a brasilidade desta nação.

Para o trabalho de Ronaldo Fraga gostaria de dar um destaque já que que o estilista tem uma conexão muito proxima com causas sociais, e portanto faz muito bem o uso da camiseta em suas coleções.

Mineiro de Belo Horizonte, nascido em 27 de outubro de 1967, Ronaldo Fraga é conhecido por fazer moda cultural, buscando impregnar de valores regionais as coleções que se propõe a construir. Suas peças resgatam fazeres tradicionais e, considerando a pluralidade do Brasil, é possível entender o quão abrangente elas são. Ilustrador por

³ Zuzu Angel, encontrou nas passarelas, um meio para expressar sua dor, indignação e medo. Uma mãe que lutou até a morte, por justiça pelo seu filho, preso e assassinado durante a ditadura

essência e formação, Fraga encontrou a moda por acaso, em seu primeiro emprego numa loja de tecidos.

Seu desejo é que a moda seja vista como um vetor cultural, que abranja a regionalidade e trate também de temas sociais – como a violência, a desigualdade, o estupro e a homofobia, entre outros.

Figura 55 - Figura 57 – A modelo Gisele Bündchen Greenpeace, assinada por Ronaldo Fraga, 2016



Fonte: GreenPeace. Disponível em: < <https://www.greenpeace.org/brasil/blog/gisele-bundchen-apoia-desmatamento-zero/> Acessado em: 13/09/2021

Seguindo esse viés, Ronaldo reproduziu, em muitas de suas coleções, camisetas que traziam esses importantes assuntos à reflexão e ao debate.

Em quase todas as suas entrevistas ele repete uma frase de Lina Bo Bardi, arquiteta italiana que veio para o Brasil após a Segunda Guerra Mundial e ficou conhecida por projetos como o do Sesc Pompeia e o do MASP. A frase de Bo Bardi:

“Sonho com o tempo em que os móveis, as casas de morar, as roupas de vestir, criados neste país (Brasil), tragam o mínimo da grandiosidade dessa cultura.”

Ronaldo Fraga, brilhantemente, carrega em seu DNA a moda como cultura, em respeito à história do seu povo. Agora, gostaria de fazer uma breve passagem pelas

criações exclusivas do estilista, com as camisetas exercendo papel de extrema relevância e, de certa forma, trazendo elementos e mensagens que se encaixam no conceito de contracultura:

Figura 56 - Camiseta para a Campanha Re-existência



Fonte: Estadão. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/moda-e-beleza,ronaldo-fraga-lanca-camiseta-em-prol-de-refugiados.10000093057> Acessado em 13/09/2021

Figura 57 - Estilista Ronaldo Fraga sua camiseta, 2017



Fonte: O Globo. Disponível em: < <https://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/ronaldo-fraga-estilista-protesta-contradecreto-que-extingue-reserva-na-amazonia.html> > Acessado em: 13/09/2021

Decerto uma das camisetas mais emblemáticas de suas coleções. Com a estampa de um pássaro morto a tiros, o estilista levou para a São Paulo Fashion Week seu protesto contra o decreto do então presidente da República Michel Temer, que extinguiu uma reserva na Amazônia. Ronaldo Fraga já estava finalizando a coleção, mas, em entrevista concedida a Maria Fortuna, do jornal “O Globo”, declarou: “Não posso me calar. Podia ter sido uma ilustração, mas deu vontade de colocar no peito. O pássaro morto, que tomou o tiro nas costas, somos todos nós”.

Diante da repercussão negativa, o decreto de Temer que extinguiu a Reserva Nacional do Cobre e Associados (Renca) acabou revogado.

Coincidência não há de ser, mas foi o pleito estampar o peito da sociedade e artistas que o decreto perdeu forças.

Mais uma vez a camiseta protagonizando a contracultura sob o ponto de vista da Moda.

7 TRABALHO AUTORAL

Gostaria de aproveitar esta oportunidade para, brevemente, falar sobre o meu projeto pessoal, ainda sem nome definido, mas com o propósito bem estabelecido: entregar afeto.

O Ojetivo era criar um laço entre as pessoas, laços de afeto entre elas e outras pessoas queridas, e entre elas com elas mesmas. Logo as estampas foram surgindo nas minhas próprias camisetas, e a mim foi confiada a missão de transmitir através da estampa, a mensagem sublimar ou explícita que aquele indivíduo gostaria de transmitir.

A camiseta naturalmente foi meu objeto de estudo, e a decisão pelo curso, muito pertinente. Eu entendia que tinha uma conexão com a moda, no entanto, durante algum tempo estive sem saber qual direção seguir, e o real motivo de estar ali. O contato com os professores e colegas de classe, e obviamente o rico conteúdo oferecido, me ajudaram a econtrar meu objetivo. Atualmente tenho plena convicção de que meu caminho está no *designer* de estampa, e meu carinho pela camiseta será sempre muito especial.

No meu trabalho, fala-se de feminismo (Figura 58), de amor aos animais (Figura 59), de crença (Figura 60), de família (Figura 62), de arte (Figura 61), de música (Figura 63), de autoconhecimento (Figura 64), literatura (Figura 65) e de tudo mais se queira, mas sobretudo, falava-se sobre afeto.

Figura 58 – Dona do Mundo



Fonte: Própria. 2020

Figura 59 - Um gato chamado José



Fonte: Própria. 2020

Figura 60 - De Jorge para Jorge



Figura 61 - Família



Fonte: Própria. 2020

Figura 62 - Frida



Fonte: Própria. 2020

Figura 63 - Ukulele



Fonte: Própria. 2020

Figura 64 - Beba-se



Fonte: Própria. 2020

Figura 65 - O Pequeno Príncipe



Fonte: Própria. 2020

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É fato que há muito o que se explorar ainda, mas meu desejo foi criar um olhar sobre o tema “camiseta”. Realmente seu poder de transformação, como uma mídia livre e gratuita, mas sobretudo, democrática, é incontestável.

Existem eventos que não foram abordados neste estudo, mas que certamente deveriam ser trabalhados futuramente. A camiseta já foi observada no universo da Arte, por exemplo. Há obras onde os artistas vestiram seus personagens de camiseta, e sequer se falava da peça como uma vestimenta social, na época em o “Lavrador de Café”, de Portinari (1939), ou “No Barco”, de Manet (1874) ou ainda “O Almoço dos Remadores”, de Renoir (1884).

Sua história pode ter nascido quase que junto com a humanidade, não se pode afirmar, obviamente, mas como comentado, há que se explorar, num segundo momento, toda a extensão de sua existência.

Fora contado aqui, um pouco do que se tem registro e sob a ponto vista de minhas próprias percepções, ainda que com pouco repertório e referências. Mas a universalidade da camiseta, não deveria estar limitado por aqui.

Há que se falar sobre a camiseta também no âmbito tecnológico, que acompanha as tendências, e se recria em tecidos mais leves, respiráveis, com fatores de proteção solar, para uso em esportes. E sob este aspecto falar sobre a importância da camiseta no esporte, seja para representar um time de futebol por exemplo, o grande amor dos brasileiros, como em todos os outros esportes que na sua grande maioria, elegeu a camiseta como seu uniforme.

Num trabalho futuro podemos falar de estampa e suas técnicas. Falar de como ela fez da camiseta um livro aberto, um quadro branco. Uma postagem física, daquilo que o indivíduo deseja exprimir, sobre si e sobre o mundo.

Depois de ter recebido pedidos nos quais as pessoas desejavam contar sentimentos, sem ter que verbalizar, já que o isolamento as impedia, na camiseta elas e eu, conseguíamos, através de figuras, contar a suas histórias. Obviamente, daqui para frente não estaremos limitados a pandemia, mas certamente ela nos impulsionou.

Inicialmente me faltava repertório para entender este fenômeno. Ainda me falta, mas sinto ter percorrido um caminho importante, ainda cheio de desafios e descobertas.

A camiseta é atemporal, e, portanto, mereceu este destaque, não só pela sua usabilidade, mas pela sua história e relevância. Dado o amplo universo onde ela pode ser inserida, este estudo certamente precisará ser ampliado.

9 REFERÊNCIAS

BERGAMO, Alexandre. **A Experiência do Status** - Roupas e Moda na trama social. Editora Unesp, 2007.

JOFFILY, Ruth; LEITE, Ricardo; MATTAR, Eliana. **A História da Camiseta**, Estúdio Gráfico Novo Rio, 1988.

KHOLER, Carl, **História do Vestuário**, 2ª Edição, Editora Martins fontes, 1996

LAVIER, James. **A Roupas E A Moda - Uma História Concisa**. Companhia das Letras, 1989.

MAFESOLLI, Michel. **O Tempo das Tribos: O Declínio do Individualismo nas Sociedades de Massa**. 5 Edição, Editora Forense Universitária, 2014.

MCLUHAN, Marshal, **O Meio são as Mensagens** 1ª Edição, Editora Record, 1967

MELLO E SOUZA, Gilda. **O espírito das Roupas**, 1ª Edição, Cia das Letras, 1987

MORACE, Francesco. **Consumo Autoral: Os novos núcleos geracionais**. 1 Edição, São Paulo: Estação das Letras.

PRADO, Luis André. Indústria do Vestuário e Moda no Brasil do sec. XIX a 1960: da cópia e adaptação à autonomia subordinada, 2019. Disponível em: <
https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8137/tde-16102019-145105/publico/2019_LuisAndreDoPrado_VCorr.pdf> Acesso em: 13/09/2021

PRECIOSA, Rosane, **Rumores Discretos Da Subjetividade - Sujeito E Escrita Em Processo**, Editora UFRGS, 2010

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências: uma história da indumentária, séculos XVII-XVIII**. Assef Kfourri. São Paulo: Editora Senac, 2007

Ronaldo Fraga: Estilista protesta contra decreto que extingue reserva na Amazônia.

Disponível em: < <https://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/ronaldo-fraga-estilista-protesta-contra-decreto-que-extingue-reserva-na-amazonia.html>> Acesso em 13/09/2021

SANT`ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de Moda, Sociedade e Consumo**, 2 Edição, Estação das Letras e Cores, 2009

ZYGMUNT, Bauman, **Identidade**, Editora Zahar, 2005