# A ESTAMPA DE CAMISETA COMO ATRIBUTO DE EXPRESSÃO, COMUNICAÇÃO E RELAÇÃO COM O CORPO

*The print t-shirt: expression, communication and relation with the body*

Cândido, Mário; Mestrando; Universidade Anhembi Morumbi
candidodesigner@gmail.com

Easy PDF Creator is professional software to create PDF. If you wish to remove this line, buy it now.

## Resumo

Crê-se que a estampa de camiseta tenha sido criada através de um ato de protesto, durantes os anos de 1960, em que jovens americanos querendo explicitar o que diziam, numa atitude rebelde, vestindo suas respectivas camisetas, estamparam suas idéias em seus peitos, como tatuagens ou como a pintura feita por índios no ato que antecede uma luta, estabelecendo uma relação com o corpo. Posteriormente esta nova funcionalidade da camiseta é notada pelo *marketing*, que faz bom uso da mesma. Todo este contexto sendo analisado por um olhar contemporâneo.

Palavras Chave: estampa, camiseta, corpo

## Abstract

Many books said that the print t-shirt appeared through the 1960's protests, where rebels american youngs printed on the t-shirts them ideas, as tattoos or as indigenous make-up, doing the relation with the body. This new t-shirt function was looked by marketing, who maked good use. All this context looked through the contemporary.

Keywords: print, t-shirt, body

Easy PDF Creator is professional software to create PDF. If you wish to remove this line, buy it now.

## Introdução

Inicialmente, a camiseta foi utilizada somente como *underwear*, com a função de poupar dos desgastes provocados pelo suor a camisa ou uniformes que vinham vestidos por cima. Porém, ainda que de forma implícita, começou a agregar significados, a partir dos anos de 1950 pelos jovens corpos em que era vestida. A adesão da camiseta pelos jovens, deu-se em grande parte, através da tela do cinema. Inicialmente por Marlon Brando, interpretando um trabalhador rústico e grosseirão, em *"Uma Rua Chamada Pecado"*, de 1951, no qual vestindo apenas uma *t-shirt*, até então encarada como peça íntima, exibia seu corpo inegavelmente sedutor. Em seguida a camiseta foi vestida corpos rebeldes, tanto por Brando, em *"O Selvagem"*, de 1953, quanto por James Dean, em o *"Rebelde sem Causa"*, de 1955. Estes acontecimentos fizeram da camiseta um ícone imagético da juventude rebelde.

> *"Juventude e Liberdade eram as palavras de ordem dos anos 60 e da moda da época. Expressão, atitude e postura, quebras de tabus, revolução. Toda essa contracultura estava inscrita nas minissaias, no jeans e nas T-shirts, parceiros da busca pela liberdade."*[1]

## A Inserção da estampa e suas relações com o corpo

A partir da década seguinte, uma avassaladora massa de jovens exibe sua rebeldia e maneira de pensar de forma explícita na camiseta, através de suas estampas. Ou seja, antes da estampa, a camiseta era vista somente como peça íntima, praticamente uma segunda pele, um prolongamento da pele, como defende McLuran[2], trazendo consigo um valor de protesto implícito que a partir da inserção da estampa, torna explícito.

---

[1] VILLAÇA, Nízia. *a edição do corpo:* tecnociência, artes e moda. Barueri: Estação das Letras, 2007. p. 192.
[2] MCLUHAN, Marshall. *Meios de comunicação como extensões do homem*. Cultrix, 1993.

Easy PDF Creator is professional software to create PDF. If you wish to remove this line, buy it now.

## Estampas de protesto e idolatria

Podemos relacionar o ato provocativo e libertário dos jovens de se exibirem apenas de camiseta ao desprendimento da atriz Leila Diniz, adepta de uma forma de vida com maior autonomia e liberdade, em que no ano de 1971, ao chegar à praia de Ipanema exibi sua bela barriga grávida, vestindo somente um biquíni, atitude considerada um ultraje para época, agravando-se ainda mais pelo fato de não ser casada e ter sido clicada por um fotógrafo que a divulgou em revistas e jornais. Em ambos momentos há um ato de explicitação corporal transgressora.

O jovem ativista dos anos de 1960, ao protestar vestindo uma camiseta, utilizada como peça íntima, estaria expondo seu corpo há um passo do nu e a inserção de frases como Make Love Not War e Ban in the bomb estampadas em seus peitos, poderiam ser consideradas como tatuagens, enfatizando o que queriam dizer, o que pensavam, marchando enfileirados, assim como indígenas que pintam seu corpo em rituais que antecedem uma luta. Nesse momento, a camiseta deixa de ser implícita para se tornar explícita, uma porta voz de idéias, tornando-se ao mesmo tempo o meio e mensagem[3], tendo como suporte o corpo de quem veste.

A comparação feita a pouco da estampa com a tatuagem pode ser aprofundada em relação com as intituladas tatuagens de amor, como cita Andréa Osório (2007). *"A tatuagem de amor é um ato de expressão dos sentimentos."*[4] Assim como a estampa dos jovens ativistas dos anos de 1960 expressando seus sentimentos através de suas estampas. Outra relação pode ser feita com os fãs de ídolos políticos como Chê Guevara, ídolos da música como os Beatles e Rolling Stones e do Cinema como aqui já citados, todos sendo trazidos nos peitos como a tatuagem de homenagem, *"...como o nome diz, presta homenagem a entes queridos. Pode tomar uma forma escrita (nome, iniciais, frases) ou imagética (retrato)."*[5] . Essas celebridades homenageadas nos primórdios do surgimento da estampa de camiseta ainda se encontram presentes, nos dias de hoje, ao deleite da

---

[3] MCLUHAN, Marshall. *O meio são as massa-gens*. Tradução Ivan Pedro de Martins. Rio de Janeiro: Record, 1969.

[4] OSÓRIO, Andrea. *O corpo como capital*: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira: tatuagem de amor. Barueri: Estação das Letras, 2007. p. 104.

[5] OSÓRIO, Andrea. *O corpo como capital*: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira: tatuagem de amor. Barueri. Estação das Letras, 2007. p. 101.

Easy PDF Creator is professional software to create PDF. If you wish to remove this line, buy it now.

indissolúvel massa de seus fãs em centros específicos como a Galeria do Rock, na cidade de São Paulo. Réplicas nostálgicas das mesmas estampas, uma idolatria presente que atravessa meio século.

## Outdoors em movimento

As camisetas vestidas pelos corpos dos jovens contestadores da época, também resultam em espécies de "outdoors em movimento", como assim intitula Celso Japiassu (1988) seu texto.

> *"Se multidões de jovens se vestiam daquela forma, pensaram os argutos homens de marketing, eis aí um novo, dinâmico e universal mercado. Uma maneira nova de se vestir significa uma nova maneira de comprar. E assim foi feito.*
> *A indústria de malharia redirecionou a sua produção, a tradicional camiseta branca deu lugar às camisetas coloridas, carregando no peito a mensagem de contestação juvenil."*[6]

Mas o "outdoor", propriamente dito, deu-se quando as grandes empresas, notaram o poder de divulgação da camiseta, com sua marca estampada no peito de seu público.

> *"Os homens de marketing e os de propaganda descobriram que a camiseta tem a vantagem de veicular intensamente um conceito publicitário, sendo ao mesmo tempo um brinde, uma mercadoria desejada. Se os homens-sanduíches dos velhos tempos – aqueles que desfilavam pelas ruas carregando cartazes no peito e nas costas – cobravam para exibir a mensagem, os jovens de camiseta, ao contrário, eram capazes de pagar para vestir um anúncio de um refrigerante"*[7]

A partir do momento em que a estampa da camiseta é descoberta, como nova mídia, jamais deixará de ser utilizada com esse intuito, porém o as mensagens de autoria própria de quem as exibe, também se manterá presente. Um exemplo contemporâneo, de se obter uma nova maneira de estampa customizada, é a "camiseta painel eletrônico",

---

[6] JIAPISSU, Celso. Outdoors em movimento. In: bIzInOvER, A.L; GROETzInER, S.M., sup. A história da camiseta. . s.1: s. ed., 1988, s/d. p. 80-89.
[7] Idem.

Easy PDF Creator is professional software to create PDF. If you wish to remove this line, buy it now.

produzida por uma empresa do Paraguai, em que palavras, ou até mesmo frases inteiras, podem ser programadas para serem exibidas no peito do corpo que veste a camiseta[8]. Nízia Villaça (2007) reflete sobre um neo-iluminismo tecnológico e se apoiando em Guillebaud[9], atenta-se para a complexidade da atual revolução que se desdobra em três: economia, genética e informática. Sendo que nesse último, homem e máquina se conectam, hibridam.*"A opinião e a mídia continuam confusamente a divulgar uma indistinção entre o homem e a máquina."*[10] *"No lugar de serem elaboradas para simular ou reconstituir a vida, as máquinas podem ser concebidas para serem implantadas no interior mesmo do ser vivo, fazendo corpo com ele."*[11] Sendo assim, se a estampa de camiseta inserida no peito dos jovens contestadores, dos anos de 1960, pode ser considerada como uma tatuagem, a estampa "painel eletrônico" é um exemplo de tatuagem da revolução atual, dentro do desdobramento da informática, onde a máquina é concebida para ser implantada no "interior" do corpo de quem veste a camiseta possuidora desta estampa, fazendo corpo com a própria estampa.

## Inversão de corpos

Uma bem-humorada relação da estampa de camiseta com o corpo, é estampa com representações de corpos femininos, porém nos peitos de corpos masculinos. Uma estampa desse tipo é exibida em uma matéria da revista Time, de 1970, que noticia a explosão da camiseta como roupa da moda. *"...os grafismos e as inscrições que deram corpo e forma ao boom das camisetas"*[12]. Outro registro, é uma divertida coleção de camisetas com estampas diversas, que as relacionam com o corpo de quem as veste. [13] Até mesmo em *web-sites* de humor com fotos engraçadas, é possível encontrar foto retratando esta inversão.[14] Mas a representação da estampa de um corpo masculino

---

[8] http://www.pixelimpressiones.com.
[9] GUILLEBAUD, Jean-Claude. *Le principe d'humanité*. Paris: Seuil, 2001.
[10] VILLAÇA, Nízia. *a edição do corpo:* tecnociência, artes e moda. Barueri: Estação das Letras, 2007. p. 32.
[11] Idem.
[12] MUGGIATI, Roberto. *relação a flor da pele.* In: bIzInOvER, A.L; GROETzInER, S.M., sup. A história da camiseta. . s.1: s. ed., 1988, s/d. p. 126-139.
[13] GORDON, John; Hiller, Alice. *the t-shirt book.* London: Ebury, 1988. p. 43.
[14] http://www.orapois.com.br . .

Easy PDF Creator is professional software to create PDF. If you wish to remove this line, buy it now.

vestido também por um corpo masculino[15] e a representação do feminino pelo vestido feminino[16] são apresentadas e sempre de uma maneira bem-humorada.

## Conclusão

Com o conteúdo aqui apresentado é possível constatar a estampa de camiseta como meio de expressão, comunicação e sua inevitável relação com o corpo de quem a veste.

## Bibliografia

[15] GORDON, John; Hiller, Alice. *the t-shirt book.* London: Ebury, 1988. p. 42
[16] http://www.orapois.com.br .

Easy PDF Creator is professional software to create PDF. If you wish to remove this line, buy it now.

BRUNEL, Charlotte. *The T-shirt book*. New York: Assouline, 2002.

GORDON, John; HILLER, Alice. *The T-shirt book*. London: Ebury, 1988.

JIAPISSU, Celso. Outdoors em movimento. In: bIzInOvER, A.L; GROETzInER, S.M., sup. A história da camiseta. . s.1: s. ed., 1988, s/d. p. 80-89.

LUO Lv, zhang. *The t-shirt:* a collection of 500 designs. Massachusetts: Rockport Publishers, 2006.

MACIEL, Luiz Carlos. *Vestindo sonhos e ideais*. In: bIzInOvER, A.L; GROETzInER, S.M., sup. a história da camiseta. s.1: s. ed., 1988, s/d. 61-72.

MCLUHAN, Marshall. *Meios de comunicação como extensões do homem*. Cultrix, 1993

MCLUHAN, Marshall. *O meio são as massa-gens*. Tradução Ivan Pedro de Martins. Rio de Janeiro: Record, 1969. OSÓRIO, Andrea. *O corpo como capital*: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira: tatuagem de amor. Barueri: Estação das Letras, 2007.

VILLAÇA, Nízia. *a edição do corpo:* tecnociência, artes e moda. Barueri: Estação das Letras, 2007.

ORA POIS. http://www.orapois.com.br . Acesso em: 29 jun. 2008

PIXEL IMPRESSIONES. http://www.pixelimpressiones.com . Acesso em: 29 jun. 2008

## Currículo resumido do autor

Easy PDF Creator is professional software to create PDF. If you wish to remove this line, buy it now.

Graduado em 2001 pela UNESP – Bauru/SP (Desenho Industrial – Programação Visual. Mestrando em Design – Linha de Pesquisa Design-Arte-Moda, tendo como objeto a estampa de camiseta. Atuando na área de Design desde 1997, passando por agências de design, propaganda, revista, produtora de vídeo, cartonagem de embalagens, confecção de camisetas e atualmente como *freelancer*. Site: www.mariocandido.com

Easy PDF Creator is professional software to create PDF. If you wish to remove this line, buy it now.