

## IMAGENS DE CAMISETAS E SHORT COMO MANIFESTO DE LIBERDADE

*Pictures of t-shirts and short as Expressions of freedom*

Alessio, Monik Aparecida; Graduanda; Universidade Estadual de Santa Catarina, monikalessio@gmail.com<sup>1</sup>

Yano, Bergamo, Isabella; Graduanda; Universidade Estadual de Santa Catarina, bergamoyisa@gmail.com<sup>2</sup>

Sant<sup>a</sup>Anna, Mara Rubia; Profa. Dra; Universidade Estadual de Santa Catarina, sant.anna.udesc@gmail.com<sup>3</sup>  
Grupo de Pesquisa Moda e Sociedade

As vestimentas não só contemplam as necessidades humanas, como também carregam significados e condições que transferem ao corpo o que este deseja, fornecendo liberdade, sensualidade, conforto, entre outras aptidões.

Deste modo, esta apresentação trabalha em torno de um agrupamento de imagens, organizada sob duas temáticas: “Camisetas” e “Short”. Destas temáticas se desdobraram quatro séries, sendo cada qual representada por uma imagem.

A metodologia aplicada neste artigo é associada à pesquisa “Dicionário histórico da liberdade: moda, corpo, vestimenta, e aparência”. O trabalho foi desenvolvido a partir das teorias de diversos autores que abordam a história da moda, imprensa de moda, sociedade e moda e a fotografia. O trabalho prioriza a composição de um levantamento de imagens de revistas retiradas do acervo Modateca, livros de moda e sites da internet, sendo essas imagens fontes de pesquisa primária com o propósito de analisar como trabalham a ideia de liberdade.

Através desse levantamento, as quatro séries são intituladas de: **trabalho, sedução, esporte e campanha**, aspectos que se destacaram ao longo da pesquisa na catalogação dos temas Camisetas e Short.

Em um total de 107 imagens coletadas (78 imagens providas de revistas nacionais e internacionais abrangendo seguimentos diversos em especial de moda, 11 imagens levantadas em sites variados da internet, 18 imagens retiradas de livros de moda), foram trabalhadas em conjunto as duas peças: short e camiseta, considerando a união destas vestimentas ao longo da história, contemplando desde a década de 1930 até a atualidade. A partir daí, atribuiu-se às séries uma ordem cronológica.

Originalmente utilizada como peça de roupa íntima, a camiseta é uma das vestimentas mais simples e universais encontradas em um guarda-roupa.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso de Design de Moda CEART-UDESC, bolsista de iniciação científica PIBIC-Af/CNPq, e Técnica em Produção de Moda pelo Instituto Federal de Santa Catarina.

<sup>2</sup> Acadêmica do Curso de História Licenciatura FAED - UDESC, bolsista de iniciação científica PROBIQ/UDESC.

<sup>3</sup> Orientadora, Coordenadora do Departamento de Moda CEART-UDESC.

Os autores que contribuem para a história dessas peças são Passold (2007), Hering (1988), Resing (2007), Mendes (2009) e ainda Moutinho e Valença (2000).

As séries foram compostas conforme recorrência de aspectos comuns entre distintas imagens, assim na série **trabalho**, observa-se a recorrência da presença dos músculos, do esforço, do empenho e atividade produtiva, sendo a camiseta quase como um uniforme dessas atitudes. A classe operária é o principal usuário das vestimentas, visto que a peça aliava ordenação e proporcionava maior mobilidade durante a execução das tarefas diárias. Na série **Esporte**, as imagens que trazem a representação de uma atividade esportiva sendo praticada ou valorizada foram agrupadas. Os corpos jovens e fisionomias de segurança acompanham os objetos dessa série. As imagens referentes à **Campanha** são aquelas que estampam frases de efeito, relacionadas a ações de merchandising, de política e sustentabilidade, com um forte aparecimento na década de 1970 até recentemente, onde se tornou um veículo de comunicação em potencial. Geralmente estão em corpos reconhecidos como famosos ou importantes socialmente.

Figura 1: Séries trabalho, campanha e esporte. Respectivamente (Paris Match, mai, 1952, p. 16; Manequim, ago. 1996, p. 129; Teen Vogue, mar. 2008, p. 202).



Direcionando a pesquisa entre as duas temáticas (Camisetas e Short), foi selecionada uma imagem para análise, pertencente à série **Sedução**, composta por imagens onde corpos jovens, com fisionomias provocantes, trazem em seus corpos camisetas em diferentes formatos, cores e texturas.

Dentro das revistas então, procurou-se imagens que atendessem esses requisitos. Já na internet, se deu através das ferramentas de busca, através de palavras-chave que dialogavam com o trabalho.

Assim a imagem escolhida permite o aprofundando do discurso visual e os sentidos de liberdade ali expressos, considerando o estudo geral das demais imagens selecionadas e da revista em que foi encontrada e catalogada.

Figura 2: Série sedução (Figurino Moderno, ano 12, n.136, p. 43), 1977.



A imagem escolhida faz parte de um editorial de moda, produzido por Claudia de A. Duarte e Silva de Souza, fotos de Peter Schneider. Composto por diversas marcas, promovendo as tendências da estação em que a revista foi lançada, a revista é voltada para mulheres que trabalham e querem acompanhar as tendências, nota-se ao decorrer da revista as publicidades de tecidos e moldes que possibilitam a execução de algumas peças.

A montagem original da revista é ampla, onde se encontram páginas pretas e brancas e coloridas, sua montagem é feita em uma ordem proposital que levam o leitor a objetivos diversos. Neste trabalho a análise discorreu-se em torno de uma imagem principal presente em um editorial que procedia de uma matéria sobre jeans e liberdade, apresentado o seu público-alvo, os jovens, que segundo release do editorial topa-tudo, evidenciando intertextualidade com a música de Caetano Veloso: “Ele toma uma coca-cola, ela pensa em casamento. E ambos vestem *jeans* topa-tudo. E com ele vale tudo: pés descalços, calças arregaçadas, *shorts*.” (p. 43, 1970).

Observando o cenário onde a foto foi produzida, percebe-se a modelo nas calçadas do Rio de Janeiro em um dia de verão, o fundo e o centro da imagem não se sobrepõem, ocupando o mesmo plano. Ao desconstruir a imagem da “Garota de Ipanema, 78”, conforme Claudia nomeia em seu editorial, têm-se o uso de um look de marcas variadas composto por chapéu de lona, camiseta vermelha, óculos de gatinho amarelo, tamanco da mesma cor, e *short* jeans esportivo. Os detalhes do look como o salto alto, shorts extremamente irreverente de elástico que facilita seu desnudamento, decote V na camiseta, que os óculos de sol deixam ainda mais aprofundado, somado à pose da modelo que traz à boca uma garrafa de refrigerante, demonstram uma postura de liberdade sexual e abertura para novas experiências.

Observando o texto, objetos e as roupas utilizadas, leituras são feitas e certamente extrapolam a sua funcionalidade e realçam questões subjetivas. O usuário atribui à roupa e aos objetos valores que destacam determinados traços de identidade. (CASTILHO, MARTINS, 2008). Estes traços conotam

uma liberdade concedida pela camiseta e *short*, onde os corpos a usufruem, tendo em vista o histórico dessas peças, que através do modelo dos produtos observam-se no *short* as pernas nuas e quase que uma parte das nádegas à amostra, enquanto na camiseta, a cor vermelha e a modelagem ajustada ao corpo, juntamente com o decote emitem uma mensagem sensual, propositalmente.

A pose da modelo de corpo bronzeado típico brasileiro, relacionado ao estereótipo da mulata, destaca uma sensualidade associada à mulher brasileira. Além de seu *look* cobrir pouco o corpo, a ação de tomar o refrigerante na garrafa propõe uma conotação de práticas sexuais. Num lugar próprio da prostituta: a calçada, a modelo com a face voltada para a rua, num intuito de espera, a mão na cintura, a roupa despojada e sensual completam a leitura possível de liberdade sexual.

Tendo em vista todas estas características é perceptível a intenção de erotização presente na imagem do editorial em questão. A revista e as demais imagens do mesmo editorial não reproduzem essa mesma discursividade ligada ao estereótipo da sensualidade da mulher brasileira e mulata. Portanto, mesmo num ato falho do trabalho de fotografia e edição, a mensagem que se pretendeu transmitir foi de que a geração dos anos 1978 exercitaria sua liberdade também transitando pelo desnudamento do corpo e a composição de trajes menos formais e mais despojados, quase infantis, como um *short* e uma camiseta.

Assim, o manifesto de liberdade presente no discurso entre os produtos de moda e o cenário em que o editorial foi realizado, demonstra o significado de um corpo livre, ousado, erótico, autorizado na beleza dos corpos e no local de seu uso.

## Referências

A HISTÓRIA da camiseta. Blumenau: Hering, 1988.

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. Discursos da moda: semiótica, design e corpo. 2. ed. rev. atual. São Paulo: Anhembi, 2008.

MENDES, Valerie D. A moda do século XX: 280 ilustrações, 66 em cores. São Paulo: Martins Fontes, 2009

MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. A moda no século XX. Rio de Janeiro: Ed. SENAC, 2000.

PASSOLD, Alexandre. Camiseta e subculturas: a construção de linguagens através do design gráfico. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Design) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

RESING, Daniela Souto. Camiseta, identidade e design: estudo de caso do projeto 'nada'. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Design) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.