

## Uma introdução sobre a *Pop Art* americana: um olhar sobre as serigrafias de celebridades de Andy Warhol <sup>1</sup>

Leandro ROLIM<sup>2</sup>

Rebeca Santos SOUZA<sup>3</sup>

Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

### RESUMO

Este trabalho trata da *Pop Art* com um olhar voltado para algumas obras de Andy Warhol. A *Pop Art*, abordada aqui como uma tendência artística iniciada no meio do século XX, assume um novo modelo de se enxergar e/ou de se fazer arte, principalmente porque existe um novo tipo de pensamento para aquela época. Termos como Indústria Cultural e *mass media* fazem parte do contexto histórico e cultural em que esta tendência ocorre. Para se entender mais sobre isso, faz-se aqui uma pequena análise de algumas obras de Andy Warhol e de suas escolhas em retratar pessoas célebres em suas serigrafias.

**PALAVRAS-CHAVE:** Celebridade, Cultura de Massa, *Pop Art*, Andy Warhol, *Silk Screen*.

### A POP ARTE E AS SERIGRAFIAS DE WARHOL

Este trabalho tem como objetivo entender como era feita a escolha de Andy Warhol em retratar as celebridades, para isto se utilizou a pesquisa bibliográfica onde foram lidos artigos e livros que envolvem estudos ligados a uma época em que os meios de comunicação estavam em desenvolvimento, a televisão já era um exemplo disso. Além disso, ao final do texto será apresentado uma análise sobre duas obras de Warhol que envolvem celebridades, com sucessos da década de 50 a 70.

Para iniciar este trabalho, pode-se compreender um pouco de noções introdutórias sobre a *Pop Art*. Com isto, esta surgiu em meados dos anos 1950, na Inglaterra, e possui reflexos do Expressionismo Abstrato e do Dadaísmo. O Expressionismo Abstrato foi um movimento anterior à *Pop Art*, e tinha como um dos principais expoentes Jackson Pollock, que realizava em suas pinturas uma técnica que envolvia vários movimentos rápidos do pincel na tela (Diana, 2023).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (Imagens e Narrativas), evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

<sup>2</sup> Professor do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UCB, email: [leandro.rolim@p.ucb.br](mailto:leandro.rolim@p.ucb.br)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UCB, email: [becassouuu@gmail.com](mailto:becassouuu@gmail.com)

A *Pop Art* trouxe determinadas características do dadaísmo, este último conseguiu trazer novos campos para arte, conforme mostra Oliveira:

Os *ready-mades* revolucionaram o conceito de arte, uma vez que converteram o que era artístico em objeto cotidiano (no caso da Pop, podemos observar os quadros que Lichtenstein fez sobre as obras de Mondrian) e o que era cotidiano transformou-se em arte (neste caso, Warhol foi singular ao transformar, por exemplo, uma pilha de latas de sopa em objeto artístico). Entretanto é necessário lembrar que a *Pop Art*, diferentemente do Dadaísmo, ao se apropriar de tais procedimentos e técnicas reconduzindo-os ao mercado de arte e aos museus – coisa que Duchamp, por exemplo, rejeita (Oliveira, 2008, p.33).

Com base nisso, pode-se dizer que a *Pop Art* é uma síntese entre um mundo mais tecnológico e capitalista com a arte.

Um detalhe é que a expressão “Arte Pop”, foi atribuída a Lawrence Alloway, que, da década de 1950 até a década de 1970, usou este termo para se referir aos produtos do “*mass media*” (Lippard, 1996, p.30). O *mass media* se refere aos meios de comunicação em massa e estes conseguem influenciar e informar as pessoas em larga proporção.

No período em que se situa este tipo de arte, o mundo estava passando por um contexto de Guerra Fria, na qual a disputa entre capitalistas e socialistas se intensificavam. Os Estados Unidos eram uma das potências desta guerra contra a outra potência principal, a União Soviética.

Os Estados Unidos estavam em um contexto artístico ainda não sedimentado, entretanto, a questão desse local ser um país avançado e inovador e, ao mesmo tempo capitalista, abriu portas para a *Pop Art*. De artistas conhecidos desse movimento podem-se citar: Andy Warhol, Roy Lichtenstein, e Tom Wesselmann.

Andrew Warhola, mais conhecido como Andy Warhol, nasceu em 1928, em Pittsburgh, na Pensilvânia, EUA, e faleceu em Nova York, EUA, em 1987. Foi um dos expoentes artistas desta tendência, criando obras conhecidas mundialmente.

Seu trabalho artístico dialoga com o design, onde ele utiliza formas de reinventar elementos como garrafas de refrigerante em obras e em suas serigrafias objetos, personagens e celebridades são retratados. Em suas imagens, ele retratou figuras como Marilyn Monroe, Mick Jagger, Elvis Presley, Meryl Streep, Michael Jackson e entre outros artistas. Sobre o processo de como o artista fazia suas serigrafias Lippard mostra

que Warhol contava com a ajuda de outros para este processo de produção, assim ela explica:

Em primeiro lugar, Warhol pintava à mão os seus produtos, mas depois começava a imprimi-los segundo o processo de *silk screen* por meio de técnicas comerciais, contratando outros para tirar cópias e mesmo para executar os seus trabalhos também divulgados em edições. (Lippard, 1996, p. 91)

Além disso, Warhol fez inúmeras representações da atriz e cantora Marilyn Monroe, que foi uma celebridade que deixou um vasto legado nas memórias das pessoas. Menezes e Viana (2015) afirmam que a vida da artista era símbolo de uma perfeição inexistente:

Marilyn viveu em uma época onde atores e atrizes de cinema eram vistos como deuses. Ela fez parte do “star-system” de Hollywood, onde as estrelas eram retratadas como se tivessem uma vida perfeita, isenta de problemas, medos e traições. É possível notar claramente que a vida de luxo e abundância que Marilyn aparentemente teve ainda é explorada pelos anúncios que utilizam a sua imagem. (MENEZES, VIANA, 2015, p. 3)

Assim, uma obra feita desta celebridade citada é *Three Marylins*, 1962, onde o artista trouxe em um de seus trabalhos, três figuras de Marilyn Monroe<sup>4</sup> (Figura 1), sendo que a primeira Marilyn possui sombra em seu rosto a partir da técnica da própria serigrafia. Apesar de seu rosto sorridente, parece que a atriz esconde algo, talvez porque hoje se sabe da história que ela teria de não viver em um ambiente perfeito como era mostrado na época. As cores que ele usa também remetem às cores de publicidade como o amarelo, o rosa e o azul, que são bem puras e sem muitas misturas entre elas. A segunda Marilyn possui um sorriso mais destacado que a primeira, mas seus olhos parecem não sobressair. Já na terceira imagem da atriz, ela parece estar de uma forma mais feliz ou a imagem dá este efeito por seu rosto ser mais iluminado do que os outros, enquanto na primeira parece existir várias imperfeições e uma possível invisibilidade da própria representação da atriz. De modo que, a primeira representação parece trazer algo menos idealizado de perfeição do que nas últimas representações de Marilyn.

---

<sup>4</sup> Andy Warhol. *Three Marylins*. 1962. Tinta serigráfica, acrílico em tela, e grafite sobre linho. 35.6 x 85.1 cm. Museu Andy Warhol, Pittsburgh; Coleção de Fundação, Contribuição The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. Fonte: <https://warhol.netx.net/portals/warhol-exhibitions/#asset/101362> - consultado em 19/04/2024

**Figura 1** *Three Marylins* (1962), de Andy Warhol



Em outra obra, com o título *Double Elvis*<sup>5</sup> (figura 2), de 1963, o artista retratou um ícone da música do século XX, Elvis Presley. Na imagem, existe uma certa multiplicação do artista, onde Elvis tem um certo movimento em sua figura a partir da duplicação dele. Os contrastes e as sobreposições de Elvis fazem com que exista uma certa falta de nitidez sugerindo, então, outra pessoa ali que não seja o próprio Elvis.

**Figura 2-** *Double Elvis* (1963), de Andy Warhol



As obras apresentadas acima foram produzidas até a década de 1970, período no qual havia a presença de grandes nomes de Hollywood e cantores ou bandas muito conhecidas. Naquele momento, conforme mostra Reis (2015, p. 12) “as estrelas de Hollywood simbolizavam a imaginação e o sonho que o público tinha em obter fama e de que estas se acabavam quando a indústria Cultural colocava estes artistas para fins de comércio ou lucrativos”.

---

<sup>5</sup> Andy Warhol. *Double Elvis*. 1963. Tinta serigráfica e tinta prata sobre linho. 213.9 x 134.6 cm. Museu Andy Warhol, Pittsburgh; Coleção de Fundação, Contribuição The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. Fonte: <https://warhol.netx.net/portals/warhol-exhibitions/#asset/101361> - consultado em 19/04/2024

Nesse sentido, Warhol retratava figuras célebres de maneira pensada, escolhendo indivíduos que já tinham visibilidade na mídia e na Indústria Cultural. Para a definição do que seria Indústria Cultural é interessante analisar o que diz Costa et al. (2003 p. 02):

A indústria cultural pode ser definida como o conjunto de meios de comunicação como, o cinema, o rádio, a televisão, os jornais e as revistas, que formam um sistema poderoso para gerar lucros e por serem mais acessíveis às massas, exercem um tipo de manipulação e controle social, ou seja, ela não só edifica a mercantilização da cultura, como também é legitimada pela demanda desses produtos.

A decisão de retratar celebridades era estratégica devido ao seu grande apelo social, assim, Warhol não abandonava o conceito de retrato, mas sim interferia nas imagens dessas personalidades, destacando a interseção entre arte e cultura de massa,

Com isto, pode-se concluir que o artista foi estratégico ao atrair a atenção para sua obra ao retratar artisticamente celebridades como Elvis Presley, Marilyn Monroe, entre outros, que desfrutavam de um considerável favoritismo do público em sua época.

## REFERÊNCIAS

COSTA, Alda Cristina Silva da. et al. **Indústria cultural: revisando Adorno e Horkheimer**. Movendo ideias, Belém, v. 8, n. 13, p. 13-22, 2003.

DIANA, Daniela. Expressionismo Abstrato. Toda Matéria, 2014. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/expressionismo-abstrato/>. Acesso em: 20 jul. 2023.

LIPPARD, Lucy R. (Org.) et alii. **A Arte pop**. São Paulo: Verbo/Edusp, 1976.

MENEZES, Monalisa; VIANA, Pablo. **Marilyn Monroe e publicidade: Análise do uso da imagem de celebridades mortas na promoção do consumo**. In: Anais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Uberlândia, Minas Gerais. 2015.

OLIVEIRA, S. C. R. D. **A literatura pop de Roberto Drummond: arte pop, Referencialidade e ficção**. Tese, UNESP, 2008.

REIS, F. C. A. (2015). **As celebridades como valor notícia no Jornal da Uma da TVI** [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Comunicação Social]. Repositório Científico do Instituto Politécnico de Lisboa. <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/5614>.