

ANDY WARHOL, MODA E JUVENTUDE: A CULTURA POP COMO LINGUAGEM VISUAL

ZIMMERMANN, Maíra; Doutora; FAAP, mzandrade@faap.br¹

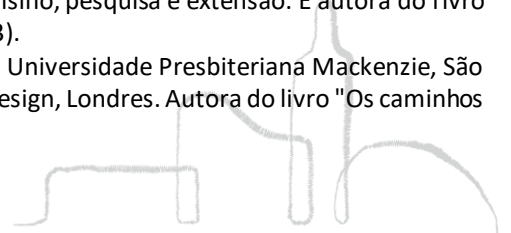
FONSECA, Patrícia Helena Soares, Doutora; FAAP; phresende@faap.br²

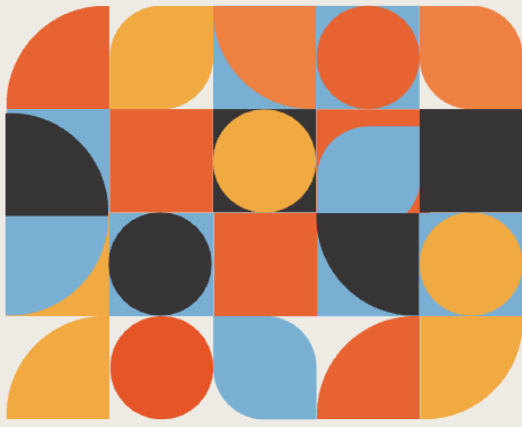
RESUMO

Nos anos 1960, a juventude consolida-se como categoria cultural autônoma, impulsionada por transformações econômicas, midiáticas e comportamentais. A explosão do rock'n'roll, o avanço do prêt-à-porter e a força da publicidade criam um imaginário juvenil. A expressão “Youthquake”, cunhada por Diana Vreeland, sintetiza essa reconfiguração geracional. Nesse contexto, a cultura pop se afirma como linguagem estética da juventude, como observa Dourado (2004), ao tratar dos estilos derivados do rock e da moda como canais de disseminação de novos costumes. Segundo Sadie (1994), a *pop music* passa a ser identificada como forma dominante da música popular e, articulada à moda e ao consumo, sustenta um estilo de vida moderno, rápido e visual. Stuart Hall (2003) entende esse processo como constituição de um novo imaginário social, no qual a juventude deixa de ser apenas uma fase da vida para se tornar valor cultural. A mídia, a publicidade e a indústria têxtil e de confecção operam como catalisadoras dessa transformação. Hebdige (2018) e McRobbie (1994) analisam a juventude como grupo produtor de sentido simbólico e resistência cultural por meio da aparência.

¹ Maíra Zimmermann é historiadora, doutora em História pela Unicamp, com estágio doutoral na London College of Fashion. Coordenadora do Curso de Moda da FAAP, atua há 16 anos na instituição, articulando ensino, pesquisa e extensão. É autora do livro “Jovem Guarda: moda, música e juventude” (Estação das Letras e Cores; FAPESP, 2013).

² Patrícia Helena Soares Fonseca é doutora em Educação, Arte e História da Cultura pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo. Mestre em Textiles Design for Fashion - Central Saint Martins School of Art and Design, Londres. Autora do livro “Os caminhos do sistema da Moda: diálogos com a arte e seus disfarces” (ed. Liberars, 2017.)





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

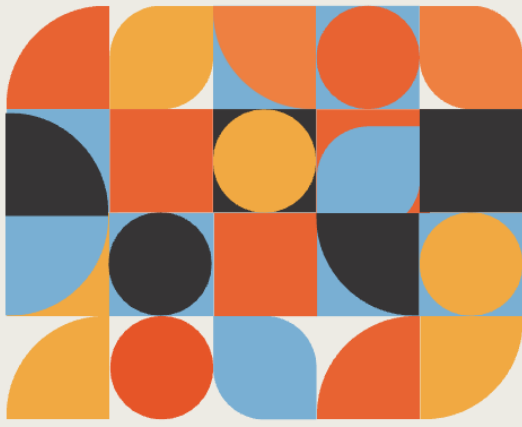
FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

É nesse cenário que se insere o trabalho de Andy Warhol, antes mesmo de sua consagração como artista da pop art. Formado pelo Carnegie Tech, muda-se para Nova York em 1949, e sua primeira ilustração, publicada na *Glamour Magazine*, já revela o traço solto em nanquim, as manchas, a paleta intensa e o humor irônico que marcam sua obra. Nos anos 1950, Warhol dividirá sua atuação como “artista comercial” (como se chamava designers gráficos na época) entre criações de padronagens têxteis, ilustrações para revistas, anúncios para fabricantes de sapatos e vitrines para lojas de departamentos. A reconstituição de uma dessas vitrines, da extinta Bonwitt Teller, integra a mostra “Andy Warhol: Pop Art”, em cartaz na FAAP (2025). As estampas têxteis criadas para a Fuller Fabrics — com temas como botões, malas, sorvetes e doces coloridos — revelam sua crítica à cultura de massa, já antecipando os temas da pop art. De acordo com Amber Morgan, diretora de coleções do Andy Warhol Museum, em visita guiada à mostra, essas criações têxteis eram até então pouco estudadas e inéditas em exibição; a mostra marca sua primeira apresentação nas Américas.

O objetivo deste trabalho é demonstrar como Warhol antecipou visualmente os códigos da cultura pop por meio da moda, traduzindo no campo comercial elementos que mais tarde seriam reconhecidos como arte. A metodologia combina pesquisa qualitativa, análise visual das peças da exposição, revisão bibliográfica (Barnard, Hall, Hebdige, McRobbie) e comparação com artistas como Sonia Delaunay, Raoul Dufy, Man Ray, Picasso e Miró. Todos eles, como Warhol, atuaram na moda antes de se consagrarem como artistas. A pesquisa mostra que a indústria têxtil do pós-guerra — com empresas como a Fuller Fabrics (Estados Unidos), Metz Company (Países Baixos) e Marimekko (Finlândia), — serviu de ponte entre os universos artístico e comercial, permitindo que os signos da cultura jovem fossem consolidados de forma colaborativa. Analisar o trabalho de Warhol à luz da efervescência juvenil dos anos 1960 e de suas práticas colaborativas com o campo da moda é reconhecer, no presente, a permanência e a relevância das trocas de linguagem entre arte, consumo e cultura visual. Essa investigação contribui para os estudos interdisciplinares em arte, moda e juventude, ao resgatar um período ainda pouco explorado de sua trajetória e revelar a moda como um campo fértil de criatividade na consolidação da pop art.

Palavras-chave: Andy Warhol; cultura pop; moda e arte.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Referências:

BARNARD, Malcolm. *Moda e comunicação*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

DOURADO, Henrique Autran. *Dicionário de termos e expressões da música*. São Paulo: Editora 34, 2004.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

HEBDIGE, Dick. *Subcultura: o significado do estilo*. Lisboa: Maldoror, 2018.

MCROBBIE, Angela. *Postmodernism and popular culture*. London: Routledge, 1994.

RAYNER, Geoffrey; CHAMBERLAIN, Richard. *Warhol: the Textiles*. New Haven: Yale University Press, 2023.

SADIE, Stanley; LATHAM, Alison. *Dicionário Grove de música*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

TIMMER, Petra. Sonia Delaunay, fashion and fabric designer. In: MCQUAID, Matilda; BROWN, Susan (orgs.). *Color moves: art & fashion by Sonia Delaunay*. New York: Smithsonian Institution, 2011.

