

# Andy Warhol: um romance entre pop art & literatura

*Vinicius Gomes Pascoal<sup>1</sup>*  
(UFPE)

## Resumo

Numa abordagem panorâmica dos elementos internos, formais e externos que são próprios do movimento Pop Art, e suas especificidades nas obras do multiartista Andy Warhol, o seguinte artigo busca problematizar através do estabelecimento de relações interdisciplinares entre arte, cultura e literatura, alguns pontos de interesse para a reflexão do *roman à clef* a gravado, ilustrado e transmutado por Andy Warhol em 1968.

**Palavras-chave:** *Pop Art, Andy Warhol, A um romance.*

## Abstract

In a panoramic approach of internal, formal and external elements that are proper to the Pop Art movement, and its specificities in Andy Warhol's artworks, this scientific paper tries to reflect and establish an interdisciplinary common concept among the relations of art, culture and literature that influenced in the production of a's *roman à clef* recorded, illustrated and transmuted by Andy Warhol in 1968.

**Keywords:** *Pop Art, Andy Warhol, A a novel.*

**A**ndrej Varchola Jr.; Irmão de John Warhola. Filho de Ondrej Varchola e Júlia Justina Zavacká, oriundos do município de Miková, nordeste da Eslováquia. Andrej Varchola Jr. nasceu em 6 de Agosto de 1928 em Pittsburgho, e foi “americanizado”

---

1. Licenciado em Letras pela UPE, pós-graduado em Tradução pela Fafire e mestrando em Teoria da Literatura pela UFPE. Professor, tradutor e poeta, autor de poemas concretos & cinemagraphs. Atualmente desenvolve pesquisa em Literatura e Intersemiose, focalizando o multiartista Andy Warhol, com orientação da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria do Carmo Nino. Email para contato: niciusmatrix@gmail.com.

sob a alcunha Andy Warhol. Definir a figura que ao mesmo tempo produz e auratiza o romance do qual este artigo se desdobra é tarefa deveras complicada. Na tentativa de alcançar uma definição concisa para o artista Andy Warhol utilizar-se-á um sopro artístico, e antes de tudo científico, utilizado por Tilman Osterwold (2007) à apreensão de Warhol:

“Andy Warhol, multiartista cujo método é baseado na ação e reação, deixando aberto as bordas entre produção, produto e reprodução”.

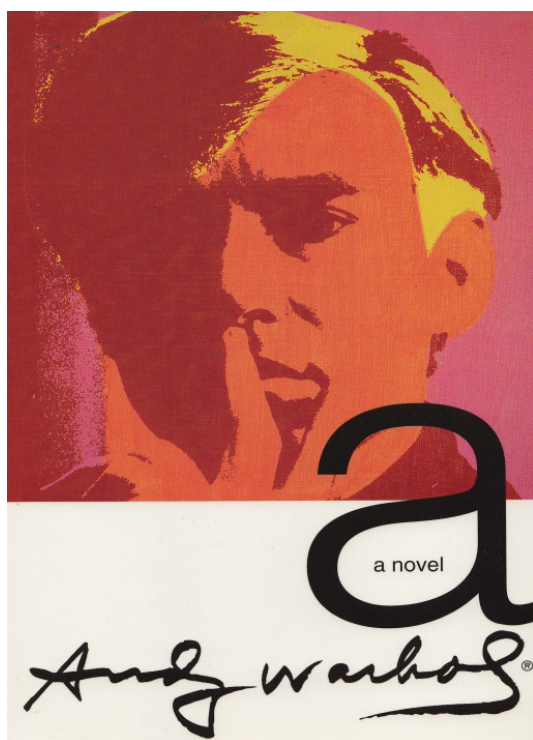


Imagem 1: Capa de WARHOL, Andy. *a, a novel*. Vauxhall Bridge Road, London: Vintage, 2011.

to your eye? RH 7-9718, right? He was fighting because of the—oh can you hold one. Oh, go ahead—R, H, 7 . . . Twenty-four hours of Ondine. (24 hours of Ondine)?/ You should try that anymore hours are decreed, right? Right, just hold . . . Damn it, look, it's the bathis. We

started off the morning by meeting at at the park, then in in to to Stark's for a severe atmosphere and I had schnecken for the first time, which cleared up my voice entirely. Oh, did it? Yeah, oh I uh . . . I thought it was the five obertrols. No, the five obertrols didn't work.



2 / 2

This way, pack up your packs, and if he qua ponta la gusta, that's all okay, bye-bye. Was he there? Was Rotten there? Nobody there. Now I gotta call Miss Rat Rotten Rita our dear beloved Mayor, and then we have to go to the Duch—we have to go to the Duchess's. Listen, we have to start instituting rules, rules here. Nothing but the— Studio policies. Nothing but the best-looking (laughter) women are allowed in here. (L) A.W.'s. And without cunts. Uh, let me see, what's, uh what's uh Rotten Rita's, what's our Mayor's number—oh, EN 4 . . . Studio policy. Engleberg. Each person—oh and three's going to be a— (L) Policy? Yeah, that's the policy.

And we've got to find a moron girl for the phone. Do you know any mo—Lucky, Queens is full of these little girls, like . . . just pick out one, drag her here and . . . she's at the phone. (L) Oh, you mean the switch-board. We need a non-paying moron like like Ruthie on the Uncle Miltie show. "Hello, Ruthie." Hello, I just called Billy; he's not there, he's on-on on his way. He said Billy's there and he's sleeping; he's been calling there for two hours. He is not. He's not. Drella said no. Cause I talked to him and he, he slept last night. He spoke to him and he said he's, he's on his way down. I tried yesterday. When did you speak to him? Uh, uh, two o'clock.

Imagem 2: WARHOL, Andy. *a, a novel* (p. 39).

De acordo com Tilman Osterwold (2007), Andy Warhol não só almejava tornar objetos triviais e corriqueiros em arte, mas também transformar a arte em algo cotidiano e vulgar. Artista representante do movimento Pop Art, movimento dos anos 60, Andy Warhol sintonizou o senso de existencia de um tempo histórico particular. Sua arte carregava a euforia de uma fase progressista do capitalismo pós-moderno que por severas vezes enfrentava situações de crise. Registra-se que no movimento Pop Art os elementos da vida e da arte aparecem numa linha extremamente tênue; exemplos

para melhor elucidar essa asserção podem ser vistos em obras de arte como *Odalisque* (1955-1958) de Robert Rauschberg, *Three Flags* (1958) de Jasper Johns, *Most Wanted Man* (1963) de Andy Warhol, *Takka Takka* (1962) de Roy Lichtenstein, *Soft Toilet* (1966) de Claes Oldenburg, *Toy Shop* (1962) de Peter Blake, *Swingeing London 67 II* (1968) de Richard Hamilton, *La visita* (1964) de Marisol e tantos outros trabalhos de “pop artistas” ao redor do globo.

Um “fenômeno cultural inteiramente ocidental” (Osterwold, 2007, p.6), o Pop Art nasce sob condições capitalistas de uma sociedade em fervor industrial e tem como principais expressões a vida pública e privada. É com o advento do Pop Art, diretamente ligado à cultura de massas e aos sistemas mercadológicos, que a população integra-se ao *Kitsch*, leitura de quadrinhos, objetos colecionáveis e afins. As produções científicas nas ciências humanas dos anos 60 também são um reflexo desse movimento: professores, universitários e demais pesquisadores impulsionados pela política de progresso educacional integravam gradativamente estes estudos aos seus respectivos currículos. Os *souvenirs* e os bens de consumo, além de imagens das mídias de massa e do *Kitsch* tornaram-se objeto de arte e pesquisa, que também foram colecionados por diversos museus.

Sob influência de Marcel Duchamp e do movimento Dada Nova Iorquino os expoentes do Pop Art contrariavam os modelos do expressionismo abstrato com o objetivo de encontrar uma identidade americana. Os representantes do Pop Art distanciavam-se de uma linguagem pessoal em direção de uma representação impessoal. O trabalho de arte era visto na categoria de objeto, o(s) produto(s) do cotidiano que abole(m) a contradição entre realidade e representação, mas que ainda assim seja(m) intitulado(s) Arte. Despersonalização e anonimato também constavam nos princípios almejados pelos expoentes desse movimento.

## **Pop Art & Warhol: elementos externos na poíesis do artista.**

Tilman Osterwold (2007), disserta que é a partir do Pop Art que a convergência de *high* e *low culture* ganha território, por vezes com teor elitista. Susan Sontag (1964), em “*Notes*

*about camp*”, considera o Pop art como expressão artística seca, séria, desconexa e nihilista enquanto equiparado ao movimento *Camp* que também estivera presente nos anos 60. No ensaio do estadunidense Clement Greenberg, *Avant Garde and Kitsch* (2005), “a culpa” é da sociedade massificada pela apatia e indiferença perante a cultura em processo de desenvolvimento. Ação e reação, os artistas do movimento Pop Art exprimiam, conscientemente ou não, o segredo da sociedade ocidental: a produtividade. Segundo estudo de Daniel Bell, em *The Coming of Post-Industrial Society* (2001), o segredo da produtividade ocidental seria melhor compreendida como a habilidade de ganhar mais do que se investe ou ainda mais com menor esforço ou menor valor. Uma definição mais aprofundada sobre a convergência entre *high* e *low culture*, foi elaborada por Dwight MacDonald (2011), na qual: a cultura de massa se divide de maneira tricotômica para alcançar o *high*, o *middle* e o *low*. Esses níveis não correspondem a um nivelamento classicista, nem de complexidade ou validade estética. A tríade mencionada por Macdonald tem serventia apenas para exemplificação do grau de “complexidade” da obra pelos seus leitores.

Em detrimento da morte da atriz Marilyn Monroe, em 1962, Warhol serigrafava as obras *The Twenty-Five Marylins* e *Marilyn Monroe's Lips*; esses quadros induzem à falta de autenticidade da imagem de Monroe através das repetições de faces e lábios em séries verticais e horizontais. Os quadros supramencionados são produzidos inicialmente através da fotografia e em seguida passam pelo processo de reprodução serigráfica, por vezes realizadas por alguns de seus ajudantes na *Factory*, o atelier de Warhol, cenário de algumas produções cinematográficas e sede do artista para recepção de seus convidados, atores, atrizes e demais experimentos.

Proposta na Crítica do Juízo (Kant apud Suassuna, 2008), a idéia de arte como jogo remetia à atividade “desinteressada”, embora não arbitrária, enquanto sujeita aos limites da natureza humana. O prazer estético que anima o jogo da criação, em Kant, é algo cheio de subjetividade. A verdade estética pertencente ao mundo da representação, não necessitaria ser semelhante à verdade objetiva. De acordo com Suassuna (2008, p.68), “a violenta reação kantiana, pretendeu deslocar o centro da existência da beleza do objeto para o sujeito”. Tal conceito (o belo) decorre de uma simples reação pessoal

do contemplador. Contudo, e neste ponto Andy Warhol será ponto de cisão, quando se vale da técnica de *bricolage*, arranjo de materiais previamente disponíveis para reutilização com um novo significado, espectador, artista e obra modificam novas subjetividades em submissão à indústria cultural que modula a(s) sociedade(s). Mais uma vez é importante explicitar: o movimento Pop art traz consigo uma relação muito encadeada com a cultura de massa trazida pelos avanços do capitalismo.

Edgar Morin registra, *O espírito do tempo* (2007), que toda a cultura de massa elabora modelos, normas; mas para essa cultura estruturada segundo a lei do mercado, não há prescrições impostas, apenas imagens ou palavras que fazem apelo à imitação, conselhos, incitações publicitárias. Para Jésus Martin Barbero (1993), cultura de massa é a cultura urbana que compensa seu materialismo utilizando-se da abundância de sentimento e paixão, mesclando o estrangeiro e o nacional, a necessidade de aparentar sempre algo melhor do que o objeto/situação de fato existente. Já em Walter Benjamin, no ensaio *The work of art in the age of mechanical reproduction* (1963) a problemática é outra: a desaturação e dessacralização da(s) obra(s) de arte através dos multimídia.

Se utilizado o conceito de epigonismo, explanado por Bosi (2004), o reconhecimento do uso obsessivo ou compulsivo de fórmulas já testadas e consagradas, repetir o que já deu certo é, evidentemente, uma das tendências mais fortes dos seres vivos. Warhol, reproduzia e mimetizava signos já estabelecidos e de grande reconhecimento pelas massas: artistas, políticos, marcas, personagens animados (Disney), produtos, filmes, filósofos (Martin Buber) cantores, assassinos, cientistas (Albert Einstein, Sigmund Freud), escritores (Kafka), além de rerepresentar quadros famosos, em aspectos e tonalidades da Pop Art, conferir: *L'Ultima Cena* (Leonardo da Vinci – Andy Warhol), *Nascita di Venere* (Sandro Botticelli – Andy Warhol) e *Porträt Goethes ni der Campagna* (Tischbein – Andy Warhol). Para Adorno (2002), a indústria cultural absolutiza a imitação. Warhol, por sua vez, compreendia que toda estrela que se preze necessita ser vendida ao seu tempo e no seu devido escândalo. “No futuro todos terão 15 minutos de fama”, dizia Andy Warhol em uma de suas mais famosas entrevistas. Citação reproduzida desde 1968 e que possui alcança 81 milhões de registros na rede mundial de computadores.

Morin (2007, p. 139) esmiuçava sobre a promoção dos valores femininos propagados pelas *mass media*. “No seio da cultura de massa, os temas ‘viris’ (agressão, aventura, homicídio) são projetivos. Os temas ‘femininos’ (amor, lar, conforto) são identificativos.” A mulher modelo, Monroe e Liz Taylor, ilustradas por Warhol, terão aparência de boneca do amor permitindo a identificação mimética: mulher-modelo, mulher-objeto, afirmando sua individualidade privada, bem-estar, amor, felicidade. Contudo, a expressão de feminilidade é diferente: “a Monroe de Warhol é uma criatura criada pela inveja dos outros” (BERGER, 1972, p.82). As mídias de massa focalizam suas vedetes: conversas, beijos, disputas, flashes, atitudes. O leitor/espectador torna-se um *voyeur* do espetáculo que deverá ser consumido. McLuhan (2008), aponta a audiência das massas (o público) como força participativa em troca de entretenimento passivo.

A arte, e a tradição gráfica de uma cultura, é moldada da maneira que o ambiente é percebido, e o artista é a figura mais suscetível a esse momento. Ezra Pound (2006) pontuava: “os artistas são antenas da raça”. Então até onde alcança(m) o(s) limite(s) para essa percepção da obra de arte? O James Dean, ilustrado por Warhol em 1985, chama atenção por conter elementos gráficos em japonês utilizando-se do alfabeto kanji. Na tela, de múltiplas versões e tonalidades, o título “Rebelde sem causa”, que na produção filmica fora concebida *Rebel without a cause*, e em japonês: 理由なき反抗 /*ryunaki hancou*/ uma tela destinada especificamente àquele público que ainda não fora alcançado pelo “símbolo James Dean”, e possivelmente ainda precise da imagem simbólica que lhe atribua novos valores para liberdade, rebeldia, identidade ou qualquer outro item incluso no pacote do sonho americano.

## **Pop Art & Warhol: elementos internos e formais do romance a.**

a, com letra minúscula. Um romance. Antes de ser baleado por Valéry Solanas, em 3 de Outubro de 1968, Warhol já estava desenvolvendo seu projeto literário já iniciado em Agosto de 1965, seguido de outras sessões de gravação em 1966 e 1967. O produto final em forma de *roman à clef* (romance em chave) foi publicado em

Novembro de 1968, pela editora Grove Press, e custava a bagatela de 1.75 U\$, um dólar e setenta e cinco centavos por 451 páginas. Atualmente o romance de Warhol custa por volta de 14.19U\$. Para Osterwold (2007), o romance consistia de nada menos que o dia a dia gravado através de telefonemas das pessoas que visitavam a *Factory* em Nova Iorque. Osterwold não está inteiramente correto, pois o “romance pós-moderno” de Warhol não contempla apenas o telefone.

Em outras palavras, o romance **a** não é apenas um romance através de ligações telefônicas, mas sim um romance através de gravações em fita de áudio que foram “vivenciadas” em múltiplos pontos da cidade de Nova Iorque: restaurantes, táxis, visitas a produtores de arte, festas, hospitais e afins. O romance também não fora escrito, literalmente, por Warhol. **a** foi transcrito, através do processo de digitação por quatro mulheres, Maureen Tucker da banda *The Velvet Underground*, Susan Pile que trabalhava na *Factory* e estudava no *Barnard College* e duas outras colegiais. Segundo Victor Bockis (Warhol, 2011), responsável pelo glossário em **a**, a velocidade e fluidez do áudio era uma fator essencial e deste modo os erros de digitação e fugas às regras gramaticais deixaram Warhol encantado com o resultado do que foi transcrito. Andy Warhol, o autor de **a**, por fim, modificou os nomes das personagens, todos e todas que conviviam na *Factory* possuíam um codinome que seria utilizado no romance. Warhol, enquanto personagem em **a**, também utiliza seu codinome para sua persona literária intitulando-se assim: *Drella*, uma combinação de Drácula e Cinderella que no romance assume a letra **D**.

Para melhor entendimento do embate entre as nomenclaturas de Warhol / *Drella* tomaremos por base Brait (1985), partindo da premissa de que a personagem é um habitante da realidade ficcional distinta do espaço onde habitam os seres humanos, mas reconhecendo que essas duas realidades mantêm um íntimo relacionamento. É perceptível em **a** que Warhol demonstra um certo zelo durante o registro das menções da personagem *Drella*, uma personagem desinteressada nos diálogos e deveras preocupada na “não interferência” dos momentos em que outras personagens dão voz para a tecitura literária. No tocante ao ponto de vista do

romance, **a** possui um narrador-observador de voz imparcial; sempre apresentando entre parênteses as informações necessárias para o entendimento de fatores onde as ações narrativas estão se desenrolando: lugares, sons, ambientações etc.

A personagem *Drella* não é protagonista desse romance. *Ondine* é melhor classificado nesta categoria. *Drella* procura manifestar opiniões somente quando questionado pelas vozes das outras dezenas de personagens existentes ao longo da 24 horas do romance **a**, em grande parte utilizando apenas de respostas curtas e pouca interação. As demais dezessete personagens de **a** cabem melhor como coadjuvantes.

Craig Dworkin em *Whereof One Cannot Speak* (2005), desenvolve um estudo intertextual entre o romance **a**, fotografias, pinturas e imagens serigrafadas por Warhol, na série relacionada à morte como o *Silver Disaster* (1963) e a *Big Electric Chair* (1967). Dworkin parte da dificuldade semântica encontrada no texto de **a** para então desenvolver problemáticas com algumas pinturas específicas de Warhol. Pode-se concordar, em parte, com Dworkin que a dificuldade de apreensão no texto de **a** está nos aspectos internos do texto através de charadas, erros de transmissão, palavras soletradas erroneamente para provocação de ambiguidade, sentenças com pontuação incorreta e personagens não-identificadas que pululam a todo o instante.

O registro de sons do ambiente, captados durante as gravações, também estão no texto de **a**. São toques de telefones, buzinas, apitos, sinais do trânsito, interferência de microfones e tudo aquilo de mais incomum que se possa imaginar. Para Kristeva (1977), o romance é a transcrição de uma comunicação oral. A fala fonética, o enunciado oral, o próprio som torna-se livro. Na possibilidade de optar pela análise intertextual, aplicada ao romance **a**, com fim de perceber as relações entre a escrita e a fala no texto romanesco o enunciado (fonético) que foi transcrito no papel apresenta-se como uma “transcrição-cópia, como um signo como uma carta, já não no modelo de criação, mas de objeto de troca.” (Kristeva, 1977, p.62). O produto final que foi transcrito no papel representa o real em forma de *representamen* (signo) em verossímil.



Essa transmigração de linguagens também dá uma nova roupagem ao romance, uma vez que a própria organização e apresentação da estrutura textual no livro problematiza o ato de leitura. Que coluna deverá ser lida primeiro?. Qual dos parágrafos em seguida ao parágrafo centralizado? O que são essas dezenas de espaços em branco, asteriscos ou interrogações? Warhol tomou a liberdade de ocultar informações que julgasse cabíveis. Além disso os capítulos de **a** são divididos por frações de 30 minutos cada. Deste modo, cada capítulo vem dividido por uma barra que equivale à primeira metade da hora em que fora gravado (1/1, 1/2, 2/1, 2/2, 3/1, 3/2, 4/1, 4/2, 5/1, 5/2 e assim sucessivamente até o capítulo 24/2). São 24 capítulos que equivalem a 24 horas na vida de Robert Olivo, ou melhor, na vida da personagem ficcional *Ondine* ou apenas *O*.

Os dois anos de coleta do material em áudio deixaram marcas singulares no livro **a**. Algumas fitas, segundo Dworkin (2005), foram perdidas ou danificadas, uma delas em especial foi amassada pela mãe enfurecida de uma das colegas responsáveis pela transcrição. Ela destruiu uma das fitas num acesso de cólera após escutar o conteúdo existente nas conversas. O capítulo 15/1, o menor capítulo do livro, é composto por apenas 48 sentenças de um diálogo incompleto. Assim, o roteiro de **a** é a própria vida das personagens, suas alegrias, tristezas, brigas, separações, momentos em que estão fora de si devido ao uso de anfetamina. “Acima de tudo o livro ilustra o grau no qual a rede de comunicação frustra cada comunicação que ela permite, o barulho em si é pré-condição da mensagem” (Dworkin, 2005, p.49).

A imagem 2, referente à página 39 do romance **a**, traz a ilustração da divindade Hermes, para os gregos, e Mercúrio, para os romanos; de acordo com Dworkin (2005) Hermes é o símbolo regente da narrativa em **a**. Essa divindade dos tempos mitológicos anuncia a tecnologia as redes sociais e economicas que serão focalizadas no romance de Warhol. Mercúrio, enquanto figura simbólica da astrologia, se apresenta como mediador. Na mitologia greco-romana essa deidade possuía asas nos pés. Para Chevalier e Gheerbrant (1986, p. 353), Mercúrio é uma entidade que representa essencialmente o princípio de ligação, movimento,

intercâmbio e adaptação. Ainda é possível observar que no símbolo de Mercúrio estão os princípios contrários e complementários: cima-baixo, esquerda-direita, feminino-masculino. Esses princípios mencionados ainda constituem a condição inicial para o desenvolvimento da inteligência; é onde se edifica a socialização do ser humano com os costumes e as conveções. Na mesma esteira de pensamento, Chevalier e Gheerbrant (1986, p. 278), Hermes é registrado como um dos símbolos da inteligência industriosa e realizadora que preside o comércio, as sandálias aladas que representam a força ilimitada da elevação. Hermes também simboliza “o intelecto pevertido”, pois é o protetor dos ladrões. No Olímpo, Zeus designa Hermes para servir de mensageiro entre os demais deuses, intercessor entre mortais e imortais. Na mitologia celta Mercúrio não é apenas o viajante ou o comerciante, é além disto o inventor de todas as artes.

O nome de Hermes/Mercúrio é citado aproximadamente 11 vezes durante toda a narrativa; Contudo, é no capítulo 13/1 que a personagem de um taxista recebe na narrativa o nome de *Mr. Mecurio*, e em seguida a personagem *Ondine* convida-o para uma entrevista:

Mr. Mecurio. See, he appeared like, that was really good, God sent, oh, perfect timing.  
(Cab driver) Where are you going?  
Where are you going?  
Oh uh uh  
Waverly  
Waverly Place and Sixth Avenue, Sloppy Joe's, U.S.A. Does anybody have a cigarette

(a. Andy Warhol, 2011, p. 283)

Would you like to be uh, would you like to be interviewed Mr. Mecurio?  
(Cab driver) On what?  
O- On a tape. This this this is the,  
this is a novel. It's a uh, so far it's gonna be uh, 18 hours, it's 18 hours in the life of Broadway's youngest star, namely me, and uh, we'd like to interview you, if you wouldn't mind. Nicholas, n, no D. Mecurio. What does D stand for?

(a. Andy Warhol. 2011. p. 284)

A lógica do *telephone game* desenvolvida pelas personagens de **a** parece seguir

uma constante transmigração de valores, sentidos, informações. É convidativo lembrar que o termo “ler”, para Kristeva, Introdução à semanálise (2005, p.104), é “recolher, colher, espiar, reconhecer os traços, tomar, roubar. Ler denota, pois uma participação agressiva, uma apropriação ativa do outro”. Durante todo o desenrolar da narrativa será possível encontrar pontuações gráficas como: cifrões (\$), linhas cruzadas (#), asteriscos (\*), traços (—), sublinhado ( \_ ), números ao invés das letras representativas das devidas personagens etc. Estas informações deverão ser enfrentadas pelo leitor, e por aquele que tenta “ler” o código literário e artístico. Contribuirá para o caminhar da leitura o fato de que as personagens em do romance **a** utilizam um vocabulário próprio de suas identidades e grupos sociais: gays, usuários de drogas, além dos vícios de linguagem e vocabulário “farmacêutico” dos anos 60.

O- The only way to talk is to talk in games, it's just fabulous.  
T- Ondine has games that no one understands.

(a. Andy Warhol, 2011, p.121)

O- Supposed, supposed, it's just amphetamine – you know? I don't like This is a supposedly long m-on-o-logue about whatever it is that I talk about uh – I'm no brain – and I never have had a brain – and I don't want on. I dun no what else to say – this tape should be finished – I wish I were a brai-n. Twelve brid?dges t o roll abate – uh – I've ih name a v ero its J. Fallow, fath er an d gay, Mr. Picwi ck's aunt – twelve – thir ty – n d all all a al l al l all – u ch. It's not funny t o when you're takin g amph etamine and you want to go t o sleep. I should wan t to stay up. I don't! I feel h ead ache y – around d the eye s I als o feel log-uey around th e log ue. I h ave a ter rib le t aste in my m u th – and I'm con temp latin g sui ci de. Well – what's lef t? I always say . Fil t h y b aske t . Relig ious , re ligiou s relig iou s, like b leg h tribes. Ut, th at's t e f irst ti me I ev e r heard Billy course. In, I really neve r have he ard hi m cu rs e b e b or e. Inat s u th ing?

(a. Andy Warhol. 2011. p. 445)

Sob efeito de algum entorpecente, na maioria das vezes anfetamina, diversas personagens de **a** vivenciam passagens semelhantes as de Ondine. Numa mescla de

inteligibilidade, ou falta dela, essas passagens “entorpecidas” servem como objeto para trabalho do verossímil no romance. Se o problema do verossímil é o problema do sentido, segundo Kristeva (2005), ter sentido é ser verossímil. A semelhança apresentada na passagem acima aproxima a experiência ficcional de uma situação mimética de um discurso real. O erro sintático-morfológico no excerto acima é a marca fidedigna do discurso traduzido do sistema semiótico auditivo para o sistema semiótico visual, embora o visual esteja apenas no contexto da logos (λόγος – palavra). Ainda na linha de pensamento de Kristeva (2005, p.140), “falar nos restringe ao verossímil. Nada poderíamos dizer que não fosse verossímil”.

Refletir que a arte funciona em nossa sociedade como forma de vida e condicionamento do artista ao seu contexto social: artista como antena da raça. Assumir essa posição é, de certo modo, questionar que se porventura um dos objetivos ao Andy Warhol foi o de traduzir momentos da realidade, a vida cotidiana da Pop Art, à ficcionalidade da prosa literária parece convidativo apreciar que certos elementos do movimento Pop contribuíram para a concretização desse romance que age como produto, produção e reprodução. Em outras palavras, um romance no limiar da intersemiose entre Pop Art e literatura.

## Referências

- ADORNO, Theodor W. *Indústria cultural e sociedade*. Paz e Terra, São Paulo, 2002.
- MARTIN BARBERO, Jésus Martin. *Communication, culture and hegemony*: sage 1993.
- BELL, Daniel. *The coming of post-industrial society*. The Perseus Books Group, 2001.
- BENJAMIN, Walter. *The work of art in the age of mechanical reproduction*. Penguin, 2008.
- BERGER, John. *Modos de ver*. España: Editorial Gustavo Gili. 1972.
- BOSI, Alfredo. *Reflexões sobre a arte*. Ática, São Paulo, 2004.
- CHEVALIER, Jean. GHEERBRANT, ALAIN. *Diccionario de los símbolos*. Barcelona: Editorial Herder, 1986.
- DWORKIN, Craig Douglas. *Whereof one cannot speak*. Grey Room. Nº 21, Winter, 2005.
- GREENBERG, Clement. *Avant-garde and kitsch*. Disponível em:  
<<http://blog.lib.umn.edu/mulli105/1601fall10/Greenberg-AvGd%26Ktch.pdf>>  
Acesso em jun. 2008.
- KRISTEVA, Julia. *Semiótica do romance*. Arcádia, Lisboa, 1977.
- \_\_\_\_\_. *Introdução à Semanálise*. 2.ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- MACDONALD, Dwight. *Masscult and midcult: essays against the American grain*. 2011.
- MCLUHAN, Marshall. *The medium is the message*. Penguins Books Ltd, 2008.
- MORIN, Edgar. *Cultura massas no século XX*: Neurose. 9. ed. RJ: Forense, 2007.
- POUND, Ezra. *ABC da Literatura*. Cultrix, São Paulo, 2006.
- OSTERWOLD. *Pop Art*. Los Angeles, USA: Taschen Gmbh, 2007.
- SUASSUNA, Ariano. *Iniciação à estética*. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 2008.
- WARHOL, Andy. *a, a novel*. Vauxhall Bridge Road, London: Vintage, 2011.