

**FACULDADE SENAC FLORIANÓPOLIS
PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES VISUAIS: CULTURA E CRIAÇÃO**

RENATA CRISTINA DO PRADO SOUZA

BICHINHOS DE LUXO

**FLORIANÓPOLIS
2009**

RENATA CRISTINA DO PRADO SOUZA

BICHINHOS DE LUXO

Trabalho de Conclusão de Curso de Pós-Graduação apresentado à banca examinadora da Faculdade Senac Florianópolis como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Artes Visuais: Cultura e Criação.

Orientadora: Dda. Jacqueline Keller

FLORIANÓPOLIS
2009

RENATA CRISTINA DO PRADO SOUZA

BICHINHOS DE LUXO

Trabalho de Conclusão de Curso de Pós-Graduação apresentado à banca examinadora da Faculdade Senac Florianópolis como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Artes Visuais: Cultura e Criação.

Aprovado em ____ de _____ de 2007.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora - Prof^a. Dda. Jacqueline Keller
Faculdade de Tecnologia Senac Florianópolis

Segundo Membro (convidado)
Instituição

Representante Institucional
Faculdade de Tecnologia Senac Florianópolis

RESUMO

O trabalho demonstra, através da criação de uma coleção de roupas para cachorros, como a moda se alimenta das artes visuais, especialmente pelo cinema. Para isso utilizou-se como inspiração o filme “Bonequinha de Luxo” e mais alguns dos assuntos abordados e estudados ao longo do Curso de Pós Graduação em Artes Visuais: cultura e criação, tais como: Abstração e Pop art. O resultado deste trabalho foi então a criação e desenvolvimento de uma mini-coleção de roupas para cachorros, inspiradas no filme. O objetivo também foi o estudo de como a criação de moda, aqui voltada para o segmento animal, pode ser alimentada não só pelas tendências de moda vigentes, mas também por informações presentes no universo das artes.

Palavras-chaves: moda, cinema e artes.

ABSTRACT

The work shows, through the creation of a collection of clothes for dogs, as is the fashion feeds the visual arts, especially the cinema. For this was used as inspiration the film "Breakfast at Tiffany's" and more some of the issues studied throughout the course of graduate in Visual Arts: culture and creativity, such as abstraction and Pop art. The result of this work was the creation and development of a mini-collection of clothing for dogs, inspired by the movie. The objective was to study how the creation of fashion, here turned to the animal sector, can be fed not only by current trends, but also by information in the world of arts.

Key word: fashion, cinema and arts.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01: Pôster do filme.....	09
Figura 02: Holly diante da joalheria Tiffany's	10
Figura 03: A atriz	11
Figura 04: Capa da revista Bazar novembro de 2006.....	11
Figura 05 e 06: A modelo Molly Sims com seu inseparável yorkshire.....	13
Figura 07: Quadro de Piet Mondrian 1921.....	15
Figura 08: Vestido de Yves Saint Laurent 1965	15
Figura 09: Marylin por Andy Warhol 1964	15
Figura 10: Jackie Kennedy de Andy Warhol.....	15
Figura 11: Holly diante da joalheria Tiffany's	17
Figura 12: Holly cantando Moon River.....	17
Figura 13: Cat acordando Holly.....	17
Figura 14: Festa no apartamento de Holly.....	17
Figura 15: Holly e Paul vão a Tiffany's.....	17
Figura 16: Hubert e Audrey em suas caminhadas por Paris.....	19
Figura 17: Look de Holly Golightly.....	21
Figura 18: Desfile Huis Clos outono-inverno 2009.....	22
Figura 19: Desfile Walter Rodrigues verão 2009.....	23
Figura 20: Desfile Cavaleira para inverno 2003	23
Figura 21: Propaganda da Gap.....	24
Figura 22: Vitrine da Gap.....	24
Figura 23: Smoking feminino criado em 1966 por Saint Laurent.....	27
Figura 24: Kazimir Malevich.....	29
Figura 25: Página original da Revista De Stijl.....	30
Figura 26: Cartaz da Bauhaus em estilo De Stijl.....	30
Figura 27: Quadro de Mondrian.....	32
Figura 28: Andy Warhol.....	33
Figura 29: Roy Lichtstein.....	33
Figura 30: Campbell's soup 1965.....	34
Figura 31: Kiss V de 1964 Roy Lichtstein.....	34

Figura 32: Marylin por Andy Warhol 1964.....	35
Figura 33: Double Elvis 1963.....	35
Figura 34: Descrições das raças: Pug, Yorkishire e Lhasa Apso.....	37
Figura 35: Blam por Roy Lichtstein.....	38
Figura 36: Capa do disco Velvet Underground & Nico criada por Andy Warhol.....	39
Figura 37: Painel de inspiração do filme.....	42
Figura 38: Painel de inspiração Pop art.....	43
Figura 39: Lifestyle da marca Bichinhos de Luxo.....	44
Figura 40: Esboços dos modelos.....	45
Figura 41 e 42: Medição do cachorro da raça pug.....	46
Figura 43: Tabela de medidas da raça pug.....	46
Figura 44: Ficha Técnica da marca Bichinhos de Luxo.....	47
Figura 45: Costura das peças.....	48
Figura 46: Imagem inspiradora - Holly e Paul vão a Tiffany's.....	49
Figura 47: Vestido botões forrados.....	49
Figura 48: Uso do vestido botões forrados.....	49
Figura 49: Vestido gola pêlo.....	50
Figura 50: Colete de pêlo.....	50
Figura 51: Uso do colete de pêlo.....	50
Figura 52: Imagem inspiradora - Holly diante da joalheria Tiffany's.....	51
Figura 53: Regata com aplicação strass.....	51
Figura 54: Uso da regata com aplicação strass.....	51
Figura 55: Imagem inspiradora - Blam by Roy Lichtstein.....	52
Figura 56: Regata estampa pop art.....	52
Figura 57: Imagem inspiradora - Capa do disco Velve Underground & Nico criada por Andy Warhol.....	53
Figura 58: Jaqueta com aplique banana.....	53
Figura 59: Cabide.....	54
Figura 60: Caixa de presente personalizada.....	54
Figura 61,62 e 63: Revistas para divulgação da marca.....	55

SUMÁRIO

1 – Tema e Referências visuais.....	09
1.1 – Definição do tema.....	09
1.2 – Texto e Justificativa para a escolha do tema.....	14
2 – Conceitos Motivadores e Desenvolvimento Teórico.....	14
3 – Recursos técnicos e Resultados Pretendidos.....	16
4 – Desenvolvimento Teórico.....	16
5 – Desenvolvimento Prático.....	36
5.1 – Processo Criativo	36
5.2 – Geração de alternativas.....	40
6 – Considerações Finais.....	56
7 – Referências Bibliográficas.....	57

1 – Tema e Referências Visuais

1.1- Definição do tema: Bichinhos de Luxo

De acordo com o site *Wikipédia*, o drama dirigido por Blake Edwards e com roteiro baseado em livro de Truman Capote, o clássico “Bonequinha de Luxo” se passa na cidade de Nova Iorque e tem cenas filmadas na famosa loja de jóias *Tiffany’s*. Apresenta Audrey Hepburn (atriz Belga de cinema) cantando *Moon river*, canção que faz parte da trilha sonora composta por Henry Mancini. Conta a história da jovem Holly que passou a infância numa fazenda e casou-se aos 14 anos. Após fugir para Nova Iorque em busca de um novo casamento milionário e passa a ser sustentada por um mafioso que está na cadeia, tornando-se uma garota de programa. Holly acaba se envolvendo com um jovem escritor que tornou-se seu vizinho, e que também é sustentado pela amante rica.



Figura 01: Pôster do filme

Fonte: www.allposters.com

De acordo com o *site cinemastyle*, uma das imagens mais inspiradoras do filme é a cena de abertura, onde a personagem Holly está à frente de uma das vitrines da joalheria *Tiffany & Co*, na 5ª avenida em NY, tomando seu café da manhã. Ela usa um vestido preto longo - acompanhado de piteira, luvas até os cotovelos, colar de pérolas e óculos escuros – immortalizando assim o conceito “pretinho básico” (A história do "pretinho básico" começa em 1926, nesse ano a revista *Vogue* publicaria uma ilustração do novo modelo de vestido, criado pela estilista Coco Chanel. Nos anos 60, o "pretinho básico" ganharia nova cara. Desta vez, pelas mãos do francês Hubert Givenchy)



Figura 02: Holly diante da joalheria *Tiffany's*

Fonte: www.cinemastyle.blogspot.com

A imagem da atriz Audrey Hepburn foi eternizada dentro do universo *Pop* pela personagem Holly, e se tornou uma grande fonte de inspiração especialmente no mundo da Moda. Com seu estilo sofisticado, Audrey é considerada até hoje como um ícone *fashion*. A atriz foi durante muitos anos musa do estilista francês Hubert de Givenchy, que a classificava como “um ideal de elegância e uma inspiração”.

De acordo com o *site bigorna.net*, a Agência Efe de Paris realizou pesquisa em fevereiro de 2009 e a atriz foi eleita a mulher mais bonita da história do cinema. Segundo o mesmo *site*, a editora de beleza da *Vogue* inglesa Nicola Moulton declarou ao jornal *Telegraph*, que a escolha de Audrey foi pela sua “beleza atemporal”. “Ela tinha uma beleza cinematográfica, que era incrível nos movimentos de cena, não só em fotos”.



Figura 03: A atriz

Fonte: www.tickytrick.blogspot.com

Outro aspecto a ser abordado é a forte influência que o filme “Bonequinha de Luxo” trás até hoje para as produções artísticas, especialmente de moda. Vários foram os *designers* e revistas que utilizaram a imagem de Audrey Hepburn na pele da personagem Holly Golightly como inspiração.



Figura 04: Capa da Revista Bazar novembro de 2006

Fonte: www.myspace.com

Com isso, propõe-se nessa monografia a criação de uma mini-coleção de roupas para cachorros, inspiradas no filme. O objetivo também é o estudo de como a criação de moda, aqui voltada para o segmento animal, pode ser alimentada não só pelas tendências vigentes, mas também por informações presentes no universo das artes.

Conforme o *site* emarketingvox.blogspot, no passado os animais eram tratados pela sociedade e pelos próprios donos de uma forma totalmente diferente de como acontece hoje em dia. Hoje os animais são tratados como membros de família, como amigos inseparáveis, criando assim uma economia própria. Os bichos de estimação de hoje representam bem mais os seus donos do que antigamente. Eles transportam e representam o estilo de vida dos seus donos.

De acordo com o mesmo *site*, uma alternativa que está-se vivenciando cada vez mais é os animais sendo adotados como uma forma de pré-teste de uma futura criança, ou seja, o casal jovem que pretende ter um filho no futuro, adota um *pet* e o trata como se fosse um filho, isso serve para testar suas habilidades como pais cuidadosos e atenciosos. Esse último exemplo demonstra e apóia bem os números do mercado de *pet* no Brasil e no mundo, pois esse casal que tratará o seu animal de estimação como se fosse o seu filho, não medirá esforços nem dinheiro para levar bem estar e conforto para o seu "filho" adotivo. Esse é apenas um dos motivos que levam esse mercado ao status de grande oportunidade.

Voltando a questão do estilo, muitos donos de animais de estimação além de adotar um que tenha características próximas ao seu estilo de vida, como por exemplo: tamanho, cor, docilidade, tipo de pelo e outros, possibilitando assim que estes bichinhos passem a fazer parte de sua família, também investem em acessórios e em estética para que estes fiquem mais parecidos o possível com seus donos, refletindo desse modo uma extensão do seu estilo.

Conforme o *site* emarketingvox.blogspot, a sociedade está mais com o sentimento de "*single*" (solteiro) do que antigamente, e na grande maioria eles olham para os animais de estimação como se fossem válvulas de escape para a sua solidão. São seus melhores amigos, prontos para "ouvir", em qualquer momento. Por isso observa-se que essa cultura acaba por tratar os animais como se fossem humanos, oferecendo do bom e do melhor. Há exemplos de cachorros que não dormem mais no chão e sim na cama com o dono, suas comidas não são mais aquelas rações simples, mas verdadeiros banquetes, altamente equilibrados com o que há de melhor e mais saudável. Desse modo, outra parte do projeto pretende mostrar como a

criação de peças exclusivas e sofisticadas para cachorros podem agradar não só os donos, mas também trazer conforto aos animais.



Figura 05 e 06: A modelo Molly Sims com seu inseparável Yorkshire

Fonte: www.jovempan.uol.com.br

Segundo o *site terra.com*, o Brasil possui 27 milhões de cães de estimação. É um mercado sedutor. *Pet shops*, rações, adestradores e até cemitérios de animais movimentam bilhões de reais. Mas poucos entenderam tanto as necessidades do bichinho quanto a empresária paulista Eliana Tranches, dona da Daslu – a mais chique das boutiques brasileiras, que veste personalidades como as primeiras-damas Ruth Cardoso e Maria Lucia Alckmin, a socialite Beth Szafir e a apresentadora Adriane Galisteu. A grife lançou sua primeira coleção de roupas e acessórios para cachorros, desenhados pela equipe de estilo da boutique. A idéia é que os animais poderão ter um guarda-roupa igual aos dos donos. A primeira coleção da recém-lançada Daslulu (é assim que chama a nova grife para cães) já chegou à loja.

1.2- Texto de justificativa para a escolha do tema:

Primeiramente, a acadêmica cursa a Pós Graduação em Artes Visuais – Cultura e Criação e este projeto é uma exigência do mesmo para sua avaliação final. Dentro da proposta do curso, várias são as áreas abordadas pela arte e pela moda, sendo assim, a paixão se deu moda e por temas artísticos abordados durante o curso e que serão explicitados mais adiante.

A escolha do tema deu-se devido à experiência da acadêmica com Moda e Estilismo Industrial, pois é formada na área e, atualmente desenvolve trabalho com criação de roupas para o público feminino. Diariamente, pesquisa sobre tendências, comportamento e moda e estas, são exclusivamente para o desenvolvimento de peças que agradem mulheres de diversas classes sociais e faixas etárias.

Além disso, a acadêmica possui um cachorro da raça *pug* chamado Tony Manero que é um membro muito importante da família. O amor e o cuidado que são oferecidos a ele, despertou a vontade e também a necessidade - visto que não encontra roupas para ele – surgindo assim, a necessidade de criar modelos de roupas para cachorros.

O tema Bichinhos de Luxo justifica-se pela vontade de abordar a criação de moda de forma inusitada, criando roupas para cães. Embora o público final desse tipo de produto seja o animal, a criação deve seduzir primeiro os donos, já que a intenção é a identificação com os elementos de criação de cada modelo (informações do mundo das artes e da moda).

2 - Conceitos Motivadores e Desenvolvimento Teórico

Um dos conceitos importantes abordados neste projeto é a Abstração. De acordo com o CD-room do curso de Artes Visuais: cultura e Criação (2009), a Abstração pode ser pensada como o oposto da realidade percebida no mundo, porém todas as formas abstratas se definem a partir de certas relações com as formas dessa realidade - resultam da produção estética de um indivíduo a partir de suas experiências.

Trabalhando com a confecção das roupas inspiradas no filme Bonequinha de Luxo, foram exploradas questões do bloco Abstração, um dos conceitos ministrados no curso de

Pós-graduação em Artes visuais: Cultura e Criação, pois foi realizada a apropriação estética a partir do filme, assim como fez Yves Saint Laurent (estilista francês) com a pintura de Mondrian.

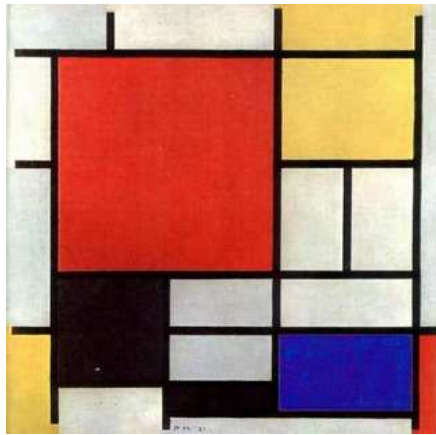


Figura 07: Quadro de Piet Mondrian 1921

Fonte: www.oglobo.globo.com



Figura 08: Vestido de Yves Saint Laurent 1965

Fonte: www.flickr.com

De acordo com a época retratada no filme *Bonequinha de Luxo*, a *Pop art* também será abordada. Aqui a apropriação de imagem produzida pelo cinema também será utilizada. Foram abstraídas algumas imagens ícones desse movimento artístico, que serviram de estampa para alguns dos modelos da coleção. Esse tipo de apropriação é muito comum nos trabalhos de Andy Warhol (ver figura nº 28).



Figura 09: Marilyn por Andy Warhol 1964

Fonte: www.g1.globo.com



Figura 10: Jackie Kennedy de Andy Warhol

Fonte: www.blogdofavre.ig.com

3 - Recursos Técnicos e Resultados Pretendidos

O objetivo foi apresentar uma mini-coleção, contendo cinco modelos, de roupas para cachorros inspiradas no filme *Bonequinha de Luxo* e na *Pop art* (3 roupas para fêmea e 2 roupas para macho). Com isso, foi mostrado como a criação de roupas para cães também pode ser alimentada com informações que vão além do belo, e que também nos surpreendem quando nos deparamos com peças que contenham informações de moda e arte.

Para isso foram apresentados os elementos-chaves contidos no filme que serviram de inspiração para a criação dos modelos, assim como as etapas e técnicas de desenvolvimento dos produtos: as matérias-primas a serem utilizadas, as modelagens criadas, a costura das peças e os materiais de apresentação ao cliente (como cabides, *tags*, embalagens e outros).

4 – Desenvolvimento Teórico

De acordo com o *site Wikipédia*, o drama dirigido por Blake Edwards e com roteiro baseado em livro de Truman Capote, o clássico “*Bonequinha de Luxo*” se passa na cidade de Nova Iorque e tem cenas filmadas na famosa loja de jóias *Tiffany’s*. Apresenta Audrey Hepburn (atriz Belga de cinema) cantando *Moon river*, canção que faz parte da trilha sonora composta por Henry Mancini. Conta a história da jovem Holly que passou a infância numa fazenda e casou-se aos 14 anos. Após fugir para Nova Iorque em busca de um casamento milionário e passa a ser sustentada por um mafioso que está na cadeia, tornando-se uma garota de programa. Holly acaba se envolvendo com um jovem escritor que tornou-se seu vizinho, e que também é sustentado pela amante rica.

De acordo com o *site cinemastyle*, uma das imagens mais inspiradoras do filme é a cena de abertura, onde a personagem Holly está a frente de uma das vitrines da joalheria *Tiffany & Co*, na 5ª avenida em NY, tomando seu café da manhã. Ela usa um vestido preto longo - acompanhado de piteira, luvas até os cotovelos, colar de pérolas e óculos escuros.

Segundo o *site planetaterra*, o vestido preto usado por Audrey na abertura do filme tornou-se ícone e foi leiloadado, em 2006, por US\$ 807, sendo a segunda peça do cinema com maior preço em um leilão, perdendo apenas para a estatueta do Oscar de Melhor Filme entregue para “*E o Vento Levou*”.



Figura 11: Holly diante da joalheria Tiffany's

Fonte: www.cinemastyle.blogspot.com



Figura 12: Holly cantando Moon River

Fonte: www.hepburn.tripod.com



Figura 13: Cat acordando Holly

Fonte: www.hepburn.tripod.com



Figura 14: Festa no apartamento de Holly

Fonte: www.hepburn.tripod.com



Figura 15: Holly e Paul vão a Tiffany's

Fonte: www.hepburn.tripod.com

A imagem da atriz Audrey Hepburn foi eternizada dentro do universo *Pop* pela personagem Holly, e se tornou uma grande fonte de inspiração especialmente no mundo da Moda. Com seu estilo sofisticado, Audrey é considerada até hoje como um ícone *fashion*. A atriz foi durante muitos anos musa do estilista francês Hubert de Givenchy, que a classificava como “um ideal de elegância e uma inspiração”.

Para melhor compreensão do trabalho é importante conhecer mais sobre a carreira e o estilo criado pelo estilista Givenchy e que foi imortalizado pela atriz Audrey Hepburn.

De acordo com o *site Wikipédia*, Givenchy Hubert James Taffin de Givenchy nasceu em *Beauvais*, na França, em 1927. Filho do marquês Lucien Taffin de Givenchy e de Béatrice de Givenchy, seu avô dirigia uma oficina de tapetes em *Beauvais*. Muito cedo ele já demonstrava seu interesse pela moda. Aos dez anos, ao visitar uma exposição de figurinos dos mais famosos estilistas franceses, ele se identificou imediatamente com o universo luxuoso da alta-costura. Ao contrário do que sua família desejava Givenchy não se tornou advogado, tendo cursado a Escola de Belas Artes, em Paris. Trabalhou com nomes importantes da costura parisiense, como Jacques Fath, Robert Piguet e Lucien Lelong. Trabalhou também com Christian Dior e Elsa Schiaparelli, ambos estilistas, antes de abrir sua própria *maison*, em 1952, no número 8, da rua Alfred de Vigny, na Monceau Plain, em Paris.

Nesse mesmo ano, ele apresentou sua primeira coleção de alta-costura, que ficou marcada pela blusa de babados nas mangas, batizada de *Bettina*, nome da sua principal modelo e também relações públicas da marca. O ano de 1953 foi muito importante para Givenchy, pois conheceu aquela que viria a ser sua musa inspiradora, amiga e responsável por muito de seu sucesso internacional, a atriz Audrey Hepburn (ver figura nº 16). O estilista criou modelos para a atriz, imortalizados em filmes como "Bonequinha de Luxo" ("*Breakfast at Tiffany's*"), de 1961, "Cinderela em Paris" ("*Fanny Face*"), de 1957 e "Sabrina", de 1954. Este último chegou a ganhar o Oscar de melhor figurino, que era assinado por Edith Head - a designer mais requisitada de Hollywood na época - a qual não deu o devido crédito a Givenchy pelo famoso vestido de baile, usado por Audrey Hepburn no filme.

Em resposta, a atriz exigiu que, em seus próximos filmes, seu guarda-roupa fosse todo feito pelo estilista francês, que criou modelos tão elegantes, que a imagem de Audrey Hepburn, usando um vestido longo preto e uma piteira, em "Bonequinha de Luxo", se tornaria inesquecível. O guarda-roupa da personagem Holly Golightly estava repleto de clássicos, os

vestidos pretos, as cinturas marcadas, os comprimentos pelo joelho, as estruturas limpas e os sapatos discretos. As combinações perfeitas entre as criações do estilista e sua musa inspiradora produziram um clima de encanto, de glamour, que marcou Audrey e Givenchy como sinônimos de elegância e refinamento.

Também em 1953, Givenchy encontrou o estilista espanhol Cristóbal Balenciaga, que foi o seu grande mestre, segundo declaração feita pelo próprio Givenchy. A influência de Balenciaga está presente no espírito de muitas de suas criações e o evidente gosto pela estrutura minimalista das roupas. Durante os anos 50, ele criou vários modelos, como o "*chemisier*", na forma saco, largos na parte superior e afunilando-se em direção à bainha. Também fez muito sucesso com os separáveis, peças que podem ser combinadas entre si, e com as suas famosas blusas de tecidos de camisas. Givenchy foi o primeiro designer de alta-costura a apresentar uma coleção de prêt-à-porter feminino, intitulada "Givenchy Université", em 1954.



Figura 16: Hubert e Audrey em suas caminhadas por Paris

Fonte: www.jornale.com.br

Ainda de acordo com o *site Wikipédia*, Audrey Kathleen Ruston nasceu na capital belga, era a única filha de Joseph Anthony Ruston (um banqueiro britânico-irlandês) e Ella van Heemstra (uma baronesa neerlandesa descendente de reis ingleses e franceses). Seu pai anexou o sobrenome Hepburn, e Audrey se tornou Audrey Hepburn-Ruston. Ela tinha dois meio-irmãos, Alexander e Ian Quarles van Ufford, do primeiro casamento da sua mãe com um nobre neerlandês.

Audrey foi considerada, a princípio, uma garota "alta, ossuda, de pés excessivamente grandes para se tornar uma estrela". Mas Audrey, mesmo vivendo na época em que as baixinhas, de curvas generosas, pés miúdos e olhos claros imperavam, soube usar os seus "defeitos" como seus dons e conquistar o mundo com seu lindo rosto, sua elegância e seus profundos olhos castanhos.

Segundo o estilista Givenchy, que era incumbido de vesti-la, Audrey era um ideal de elegância e uma inspiração para o seu trabalho. Audrey sempre será lembrada pelo filme *Bonequinha de luxo* (*Breakfast at Tiffany's*, 1961) como Holly Golightly, uma prostituta de luxo que sonhava em se casar com um milionário, papel totalmente oposto ao com que ela foi premiada com o Oscar de 1954, em que vivia Ann, uma princesa que fugindo de seus deveres reais, se apaixona por um jornalista interpretado por Gregory Peck, em *A princesa e o plebeu* (*Roman Holiday*, 1953).

Hepburn casou-se duas vezes, primeiro ao ator americano Mel Ferrer, e logo a um psicólogo italiano Andrea Dotti. Ela teve um filho com cada um – Sean em 1960 com Ferrer, e Luca em 1970 com Dotti. O padrinho de seu filho mais velho é o autor britânico A.J. Cronin, quem residiu perto de Hepburn na Lucerna.

Depois do nascimento dos filhos, ela abandonou a carreira no cinema. Ao final de sua vida, nomeada embaixadora da UNICEF, trabalhou incansavelmente como voluntária para causas infantis. Hepburn falava francês, italiano, inglês, holandês e espanhol. Havia dúvidas se ela falava espanhol ou não, mas recém descobertas imagens da UNICEF mostram-na falando a língua fluentemente no México. No filme *Bonequinha de Luxo*, ela é mostrada tentando aprender português, e reclama do grande número de verbos irregulares. Ela diz: "*A very complicated language, four thousand of irregular verbs*", depois disso, tenta dizer "Eu acho que você está gostando do açougueiro"

De acordo com seu filho Sean, os filmes favoritos dos quais estrelou foram *Uma cruz à beira do abismo* (por sua mensagem social) e *Cinderela em Paris* (por ter se divertido muito nas filmagens deste). No entanto, ela havia declarado numa entrevista à Barbara Walters que *A princesa e o plebeu* era seu filme mais querido.

Além de um rosto bonito, Audrey era uma mulher humilde, gentil e charmosa, que preferia cuidar dos outros a seu redor do que de si mesma. É considerada a eterna "Bonequinha de luxo". Faleceu aos 63 anos, de câncer no útero.

De acordo com o *site* bigorna.net, a Agência Efe de Paris realizou pesquisa em fevereiro de 2009 e a atriz foi eleita a mulher mais bonita da história do cinema. Segundo o mesmo *site*, a editora de beleza da Vogue inglesa Nicola Moulton declarou ao jornal *Telegraph*, que a escolha de Audrey foi pela sua "beleza atemporal". "Ela tinha uma beleza cinematográfica, que era incrível nos movimentos de cena, não só em fotos".

Outro aspecto é a forte influência que o filme "Bonequinha de Luxo" trás até hoje para as produções artísticas, especialmente de moda. Vários foram os designers e revistas que utilizaram a imagem de Audrey Hepburn na pele da personagem Holly Golightly como inspiração.



Figura 17: Look de Holly Golightly

Fonte: www.cinemastyle.blogspot.com

Segundo *site* revistaquem, o revival de Audrey Hepburn nas coleções de moda, não é exclusividade das grandes marcas internacionais. Alguns estilistas brasileiros também aderiram aos encantos da diva e resgataram conceitos de seu estilo. Clô Orozco (estilista brasileira), responsável pelas coleções da marca Huis Clos (ver figura nº 18), admite que o estilo de Audrey a inspira constantemente. "Para mim, ela é um dos maiores ícones que o cinema já criou. Ela tinha uma fidelidade a Givenchy que a ajudou a se tornar esse mito de elegância".



Figura 18: Desfile Huis Clos outono-inverno 2009

Fonte: www.colunistas.ig.com.br

De acordo com matéria escrita pela jornalista Natália Dórnellas ao *site* lofficiel.uol.com.br, Audrey não está só na imagem, ela já virou produtos e inspirou coleções, como no caso do estilista Walter Rodrigues (ver figura nº 19), que a escolheu como tema para uma série de vestidos pretos lançados para o verão 2009 durante o *Minas Trend Preview*. "Sou apaixonado por ela. A Audrey sempre está na minha coleção. Quando faço um vestido preto sem nada, ela está ali, presente", conta o estilista.



Figura 19: Desfile Walter Rodrigues verão 2009

Fonte: www.colunistas.ig.com.br



Figura 20: Desfile Cavaleira para inverno 2003

Fonte: www.2020brasil.com.br

Para o inverno de 2006, a grife americana *Gap* apostou no estilo clássico de Audrey, surgiu com roupas simples, charmosas e justinhas. Até na publicidade da marca a atriz está presente: ela aparece nas fotos (ver figuras nº 21 e nº22) e *outdoors* vestindo suas habituais calças pretas estreitas. Dentro de suas lojas, a *Gap* mostra vídeos com momentos marcantes da diva no cinema, principalmente em *Cinderela em Paris* - em que ela dança ao som da canção "*Back In Black*" (da banda AC/DC). Em outras grifes como Prada Miu Miu, Donna Karan e Moschino, a influência da atriz é também apareceu mais discretamente, na reedição das peças preferidas da musa, como as sapatilhas, as calças estreitas e, principalmente, os

cocktail dresses - aqueles vestidos chiques, curtos e com tecidos mais nobres e estruturados, perfeitos para qualquer ocasião.



Figura 21: Propaganda da Gap

Fonte: www.revistaquem.globo.com



Figura 22: Vitrine da loja Gap

Fonte: www.flickr.com

O tema *Bichinhos de Luxo* justifica-se pela vontade de abordar a criação de moda de forma inusitada, criando roupas para cães. A criação deve seduzir os donos para esse tipo de produto, já que ele irá identificar nos elementos de criação, informações do mundo das artes e da moda, aliando também muito conforto para os seus animais. Uma das finalidades do trabalho foi pesquisar os elementos presentes na história do filme *Bonequinha de Luxo* e identificar as razões que fizeram a atriz Audrey Hepburn se tornar um ícone de moda e estilo que não esmaeceu com o tempo.

Conforme o *site* emarketingvox.blogspot.com, no passado os animais eram tratados pela sociedade e pelos próprios donos de uma forma totalmente diferente de como acontece hoje em dia. Hoje os animais são tratados como membros de família, como amigos inseparáveis, criando assim uma economia própria. Os bichos de estimação de hoje representam bem mais os seus donos do que antigamente. Eles transportam e representam o estilo de vida dos seus donos.

De acordo com o mesmo *site*, uma alternativa que está-se vivenciando cada vez mais é os animais sendo adotados como uma forma de pré-teste de uma futura criança, ou seja, o casal jovem que pretende ter um filho no futuro, adota um *pet* e o trata como se fosse um

filho, isso serve para testar suas habilidades como pais cuidadosos e atenciosos. Esse último exemplo demonstra e apóia bem os números do mercado de *pet* no Brasil e no mundo, pois esse casal que tratará o seu animal de estimação como se fosse o seu filho, não medirá esforços nem dinheiro para levar bem estar e conforto para o seu "filho" adotivo. Esse é apenas um dos motivos que levam esse mercado ao status de grande oportunidade.

Conforme o *site* noticias.brasilpetshop.com.br, o mercado de produtos veterinários e afins no Brasil, apesar de relativamente recente, dá sinais de que, dentro em breve, estará próximo de alcançar o sucesso obtido em outras regiões do planeta – e indícios para isso não faltam: além do fenômeno de humanização dos animais de estimação, observa-se que a sua população cresce proporcionalmente ao número de pessoas no País (sem contar o fato de que, a cada dia que passa, os “bichinhos” começam a ganhar mais espaço dentro dos lares brasileiros).

De acordo com o mesmo *site*, é evidente que, diante dessa realidade, quem mais ganha com a soma desses fatores são as lojas “*pet shops*” – lojas especializadas em oferecer produtos e serviços para animais domésticos de pequeno e médio porte. Para se ter uma idéia da relevância que esse setor vem ganhando nos últimos tempos na economia do País, basta verificar que, desde 95, o mercado cresce a uma média anual de 17%, faturando cerca de US\$ 1,5 bilhão ao ano. O que, a princípio, pode parecer um número surpreendente ganha fundamento quando se analisa que tal segmento atende a uma “população” de cerca de 25 milhões de cães, 11 milhões de gatos, 4 milhões de pássaros e, ainda, 500 mil aquários espalhados por todo o Brasil – segundo dados da Associação de Produtos e Prestadores de Serviços ao Animal (Assofauna).

Segundo o *site* emarketingvox.blogspot.com, a sociedade está mais com o sentimento de “*single*” (solteiro) do que antigamente, e na grande maioria eles olham para os animais de estimação como se fossem válvulas de escape para a sua solidão. São seus melhores amigos, prontos para “ouvir”, em qualquer momento. Por isso observa-se que essa cultura acaba por tratar os animais como se fossem humanos, oferecendo do bom e do melhor da vida. Há exemplos de cachorros que não dormem mais no chão e sim na cama com o dono, suas comidas não são mais aquelas rações simples, mas verdadeiros banquetes, altamente equilibrados com o que há de melhor e mais saudável. Desse modo, outra parte do projeto

pretende mostrar como a criação de peças exclusivas e sofisticadas para cachorros pode agradar não só os donos, mas também trazer conforto aos animais.

Com a área de comercialização de produtos para animais em constante crescimento, e no que diz respeito às roupas as novidades ainda são muito limitadas, a proposta é aliar a moda a essa nova demanda de mercado.

Trabalhando com a confecção das roupas inspiradas no filme *Bonequinha de Luxo*, foram exploradas questões do bloco Abstração, um dos conceitos presentes nos estudos do Curso de Pós- Graduação Artes Visuais: Cultura e Criação, pois foi realizada a apropriação estética de elementos presentes no filme, assim como fez Yves Saint Laurent com a pintura de Mondrian e com a *Pop art*, onde foi realizada apropriação de imagens referentes ao filme para criação de estampas.

Verlagsgesellschaft (2001), menciona que ao lado de Christian Dior, CocoChanel e Elsa Schiaparelli que Yves Saint Laurent é considerado um dos mais importantes estilistas do século XX. As suas criações contam-se, há mais de 40 anos, entre as mais influentes e copiadas do mundo da moda. Saint Laurent criou o *smoking* para a mulher, provocou a moda de Paris com o seu “*nude-look*”, além de ter tido uma enorme influência sobre o desenvolvimento do gosto, com suas combinações de cores muito próprias.

Yves Henri Donat Mathieu Laurent, que mais tarde viria se tornar Yves Saint Laurent nasceu no dia 01 de agosto de 1936 em Oran, na Argélia, no seio de uma família francesa bastante abastada. Saint Laurent passou sua infância na Argélia, desde criança que a moda o fascinava. Em 1953, Saint Laurent viajou até Paris onde, com alguns desenhos, ganhou o prêmio do concurso de *Design* do secretariado internacional das lãs. Depois de acabar o liceu, em 1954, ele mudou-se definitivamente para Paris, onde frequentou um curso de *design* na escola da “*Chambre Syndicale de la Couture*”. Um ano depois, Christian Dior, que com o seu *new look*, contribuiu maioritariamente para o sucesso da moda francesa do pós-guerra, ofereceu-lhe o cargo de assistente de estilista na sua casa. No dia 15 de novembro de 1957, depois da morte de Dior, Saint Laurent, com 21 anos, é nomeado estilista-chefe da Casa Dior. A sua coleção de Alta-Costura, apresentada à 30 de janeiro de 1958, onde apresentou a linha trapézio, teve um sucesso estrondoso. Yves Saint Laurent era festejado como a nova estrela da moda parisiense, hoje em dia, a importância que então se atribuiu ao desfile de Saint Laurent é quase inimaginável. Segundo consta, houveram redatores de moda que choraram de

emoção, enquanto que um jornal francês publicava o título: “Saint Laurent salva a França”. Na realidade, esta afirmação não era tão exagerada quanto possa parecer. De fato, a Casa Dior era responsável por quase metade das exportações francesas no ramo da moda. Após o falecimento de Christian Dior, o auge da moda do pós-guerra parecia ter chegado ao fim. O seu lugar tinha de ser ocupado por um estilista jovem e genial.

Com a linha trapézio, Yves Saint Laurent havia já demonstrado a destreza e os conhecimentos de história do vestuário com que pretendia immortalizar o seu nome na História da Moda. As suas criações eram tão proporcionalmente harmoniosas e opulentas como a de Dior. Segundo o *site* [almanaque.folha](http://almanaque.folha.com.br), Yves Saint Laurent é um dos nomes mais importantes da alta-costura do século 20. São mais de 40 anos de carreira, mais de 70 coleções de alta-costura e uma infinidade de produtos que levam sua marca. Sem dúvida, o *smoking* feminino (ver figura nº 23), apresentado pela primeira vez em 1966 com uma blusa transparente e uma calça masculina, é a marca de Yves Saint Laurent. Entre todas as suas criações, "*le smoking*", como foi chamado, sinalizava uma mudança na forma como as mulheres se vestiriam dali por diante.

A liberdade dada por Chanel agora ganhava poder com o novo traje e tudo o que ele representava - uma nova atitude feminina. Ainda de acordo com o mesmo *site*, para a inglesa Suzy Menkes, editora do "*International Herald Tribune*", o *smoking* foi transformador: "Hoje as mulheres andam normalmente de terno e calça comprida. Isso parece normal, cotidiano, mas na época a mulher era proibida de entrar num restaurante ou num hotel. O *smoking*, usado até hoje, foi uma provocação sexual, dirigido à mulher que queria ter outro papel".



Figura 23: *Smoking* feminino criado em 1966 por Saint Laurent

De acordo com o *CD-room* do curso de Artes Visuais: Cultura e Criação (2009), as linguagens visuais abstratas surgem no início do século XX, com a arte moderna, e correspondem à sua liberação da função de reproduzir os objetos conforme a realidade concreta. A abstração está baseada na própria capacidade de formas e cores definirem a estrutura e o sentido de uma obra, independentemente da semelhança com o mundo percebido. Pode-se destacar dois tipos de abstração: a abstração geométrica, que pretende uma estruturação plástica racional e clara através de formas elementares como o quadrado, o círculo e o triângulo, e a abstração informal, que faz uso de manchas e formas imprevisíveis e imprecisas.

Segundo o *site* itaucultural, as pesquisas geométricas, associadas ao rigor matemático e à simplificação da forma, orientam parte significativa da arte abstrata do século XX. As primeiras realizações dessa vertente do abstracionismo remontam às vanguardas européias das décadas de 1910 e 1920: o construtivismo russo, a experiência da *Bauhaus*, o suprematismo de Kazimir Malevich (1878 - 1935) e o neoplasticismo de Piet Mondrian (1872 - 1944) e Theo van Doesburg (1883 - 1931). A ideologia libertária que norteia as vanguardas em geral adquire feições particulares na Rússia, com a revolução de 1917. A sociedade projetada no contexto revolucionário mobiliza os artistas em torno de produções concretas para o povo. A pintura e a escultura são pensadas como construções - e não como representações - próximas da arquitetura em termos de materiais, procedimentos e objetivos.

O construtivismo, 1913, aproxima os relevos tridimensionais de Vladimir Evgrafovich Tatlin (1885 - 1953), a obra de Alexander Rodchenko (1891 - 1956) e os trabalhos dos irmãos Antoine Pevsner (1886 - 1962) e Naum Gabo (1890 - 1977), signatários do Manifesto Realista de 1920, que sob influência de Malevich defendem uma arte livre de finalidades práticas e comprometidas com a pura visualidade plástica.

O suprematismo, fundado em 1915 por Malevich (ver figura nº 24), rompe com a idéia de imitação da natureza, as formas ilusionistas, a luz e a cor naturalistas e as referências ao mundo objetivo. Trata-se de investigar a estrutura da imagem com o auxílio de formas geométricas básicas - quadrado, retângulo, círculo, cruz e triângulo - e de pequena gama de cores. Ver, entre outros, *Quadrado Preto Suprematista* (1914/1915) e *Quadrado Branco sobre Fundo Branco* (1918).



Figura 24: Kazimir Malevich

Fonte: www.supretivismo.wordpress.com

As pesquisas geométricas conhecem outra inflexão da nova plástica na pintura sistematizada pelos holandeses Piet Mondrian e Theo van Doesburg nas páginas da revista *De Stijl* (O Estilo), 1917. Essa plasticidade rejeita a idéia de arte como representação, abolindo o espaço pictórico tridimensional, recusa também a linha curva, a modelagem e as texturas e dispensa os detalhes e a variedade da natureza, buscando o princípio universal sob a aparência do mundo. Menos que expressar as coisas naturais, a nova arte visa, segundo Mondrian, à expressão pura da relação, como indicam as composições do artista construídas com elementos mínimos: a linha reta, o retângulo e as cores primárias - azul, vermelha e amarela - além da preta, branca e cinza.

Ainda de acordo com o mesmo site, a *Bauhaus*, fundada em 1919 por Walter Adolf Gropius (1883 - 1969), atrai artistas de distintas procedências: Van Doesburg, Wassily Kandinsky (1866 - 1914), Paul Klee (1879 - 1940), László Moholy-Nagy (1894 - 1946) e outros. Apesar das orientações da escola, as abordagens características da *Bauhaus* - tendências construtivistas seguidas com o máximo de economia e atenção às especificidades dos materiais - permitem flagrar afinidades com o construtivismo russo e com o grupo de artistas holandeses ligados a *De Stijl*. De acordo com o site wikipédia, *De Stijl* (o estilo em neerlandês), começou oficialmente nos Países Baixos em 1917, quando Mondrian, Van

Doesburg e o arquiteto Bart van der Leck lançaram a revista que deu nome ao movimento. Tendo Van Doesburg como editor, a revista, de tiragens pequenas mas importantes, foi o eixo de coesão dos artistas, apresentando idéias e teorias sobre a nova concepção artística apresentada).



Figura 25: Página original da revista De Stijl

Fonte: www.cartazespaísesbaixos.blogspot.com



Figura 26: Cartaz da Bauhaus em estilo De Stijl

Fonte: www.cartazespaísesbaixos.blogspot.com

Na Inglaterra, a abstração geométrica tem lugar na esteira das pesquisas construtivistas levadas a cabo pelo grupo *Circle*, na década de 1930, em obras como as do pintor Ben Nicholson (1894 - 1982). O grupo projeta contornos com base no diálogo com a nova plasticidade de Mondrian, as pesquisas de Malevich e o construtivismo russo de N. Gabo, integrante do *Circle*. Nesse período, a cena francesa conhece o desenvolvimento do abstracionismo geométrico em trabalhos de artistas ligados ao *Cercle et Carré* (Círculo e quadrado), como Joaquín Torres-García (1874 - 1949). A ênfase nas pesquisas geométricas se mantém no *Abstraction-Création* (Abstração-criação), grupo que sucede o *Cercle et Carré*, em 1931.

O período após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) é tomado por desdobramentos do abstracionismo, na Europa e nos Estados Unidos, que dialogam criticamente com as vanguardas anteriores. As orientações geométricas convivem com outras, muitas vezes na obra de um só artista, o que dificulta classificações rígidas. É possível, por exemplo, localizar inclinações geométricas em obras de Barnett Newman (1905 - 1970) e Mark Rothko (1903 -

1970) - frequentemente descritas como *colour field painting* [pintura de campo de cor] -, embora eles rejeitem o rótulo de abstração geométrica e se afastem das premissas geométricas de Mondrian. Diz Newman: "Só uma arte de não-geometria pode ser um novo começo". Do mesmo modo, o uso de princípios geométricos por Frank Stella (1936) ou Kenneth Noland (1924) - reunidos pelo termo pintura *hard-edge* (canto duro), em virtude dos contornos marcados das telas -, não devem levar a encapsulá-las no rótulo. No minimalismo dos anos 60 e 70, por sua vez, é possível aferir uma ênfase geométrica em obras de Donald Judd (1928), Ronald Bladen (1918 - 1988) e Tony Smith (1912 - 1980), que não vale para o minimalismo como um todo.

O mesmo site ainda afirma que, no Brasil o abstracionismo geométrico se evidencia por meio do movimento concreto de São Paulo - Grupo Ruptura, criado em 1952 por Waldemar Cordeiro (1925 - 1973), Lothar Charoux (1912 - 1987), Geraldo de Barros (1923 - 1998), entre outros - e do Rio de Janeiro - Grupo Frente, formado em 1954 por alunos de Ivan Serpa (1923 - 1973), e do qual participam artistas como Lygia Clark (1920 - 1988), Lygia Pape (1929 - 2004), Hélio Oiticica (1937 - 1980), Franz Weissmann (1911). As divergências entre Rio e São Paulo se explicitam na Exposição Nacional de Arte Concreta (São Paulo, 1956 e Rio, 1957), início da ruptura neoconcreta, em 1959, à qual aderem Amilcar de Castro (1920 - 2002), Lygia Clark, Hélio Oiticica entre outros. Os caminhos da abstração geométrica nem sempre coincidem com grupos organizados, podendo ser acompanhados em obras de distintos artistas, por exemplo, em pinturas de Alfredo Volpi (1896 - 1988), Milton Dacosta (1915 - 1988) e Cássio Michalany (1949), ou em esculturas de Sérgio de Camargo (1930 - 1990).

De acordo com o *site* edukbr, a Abstração informal, segue a criação de formas mais livres e que expressa sentimentos, emoções. O artista cria as formas no momento de pintar, livremente, e as linhas e cores expressam suas emoções. Daí se vê manchas e grafismos nestas obras de arte. O pioneiro nesta expressão artística foi o russo Vassili Kandínski (1866-1944). Devemos citar que a abstração informal gerou outras tendências artísticas tais como: o expressionismo abstrato, nos EUA, e a abstração gestual, na Europa e América Latina. Abstração geométrica - segue uma técnica mais dura, sem expressão de sentimentos ou idéias. O artista simplesmente explora as formas geométricas, abandonando a transmissão de pensamentos e sentimentos. Já na abstração geométrica, os méritos do pioneirismo devem ser divididos entre o russo Malevitch (1878-1935) e o holandês (1872-1944).

É importante ressaltar que o trabalho do russo Malevitch gerou um movimento derivado da abstração, chamado de suprematismo (autonomia da forma). O destaque fica para a tela *Quadrado Negro sobre Fundo Branco*.

Quanto ao artista holandês Mondrian, este dedicou-se às telas apenas com linhas horizontais e verticais, ângulos retos e as cores amarela, azul e vermelha, além do preto e do branco. O trabalho de Mondrian influenciou diretamente a arte funcional desenvolvida pela *Bauhaus*. Da abstração geométrica derivaram o construtivismo, o concretismo e, mais recentemente, o minimalismo.

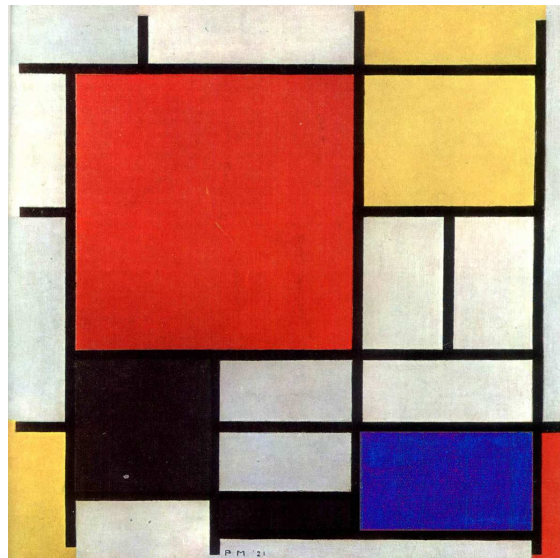


Figura 27: Quadro de Mondrian

Fonte: www.onevisionbrasil.wordpress.com

Conforme com a época retratada no filme, a *Pop art* também foi abordada. Aqui a apropriação de imagem produzida pelo cinema também foi utilizada. Foram abstraídas algumas imagens ícones do filme que serviram de estampa para um dos modelos. Esse tipo de apropriação é muito comum nos trabalhos de Andy Warhol.

Segundo o *CD-room* do curso de Artes Visuais: Cultura e Criação (2009), a *Pop art* refere-se à arte que emerge com a sociedade de consumo e incorpora imagens da cultura

popular, veiculadas pelos meios de comunicação de massa. O termo foi utilizado pela primeira vez na Inglaterra em 1964, mas designa um fenômeno, sobretudo, norte-americano. Nos Estados Unidos do início dos anos 1960 pode ser identificada uma mesma sensibilidade avassaladora força da indústria cultural em vários artistas que se apropriaram, de modos distintos, de imagens reproduzidas pela publicidade, televisão ou nos quadrinhos. A *Pop art* revela nas suas próprias obras o aspecto anônimo e serial adquirido na sociedade de massa pelo objeto, que é consumido por sua imagem e não por seu valor. Alguns representantes: Richard Hamilton (n. 1922), Jasper Johns (n. 1930), Robert Rauschenberg (n. 1925), Andy Warhol (1928 – 1987), Roy Lichtenstein (1923-1998), Claes Oldenburg (n. 1929).



Figura 28: Andy Warhol

Fonte: www.artisme.wordpress.com



Figura 29: Roy Lichtenstein

Fonte: www.jfhmsartroom.blogspot.com

Strickland (2004) menciona que a Arte *pop* elevou a ícones os mais crassos objetos de consumo, como hambúrgueres, louças sanitárias, cortadores de grama, estojos de batom, pilhas de espaguete e celebridades como Elvis Presley, “Não há motivo para não considerar o mundo um grande quadro”, disse Rauschenberg. Os artistas *pop* também faziam arte impessoal (ver figuras nº 30 e nº 31), reproduzindo garrafas de Coca-Cola ou caixas de sabão em pó num estilo anônimo, lustroso como um impresso. Com espírito bem-humorado, a nova arte apagava a pretensão da pintura de ação. Em 1962, os artistas *pop* despontavam no superestrelato como cometas nos quadrinhos de super-heróis, era fácil gostar do *pop*. As cores brilhantes, os desenhos dinâmicos – às vezes ampliados em tamanho heróico – e a qualidade mecânica lhe davam uma lustrosa familiaridade. Da noite para o dia, o *pop* se tornou fenômeno de *marketing* tanto quanto um novo fenômeno artístico. Os colecionadores

comparavam a disparada dos preços com a alta de suas ações da IBM (International Business Machines, empresa estadunidense voltada para a área de informática).



Figura 30: Campbell's Soup 1965

Fonte: www.wikipedia.org



Figura 31: Kiss V de 1964 Roy Lichtenstein

Fonte: www.jfhmsartroom.blogspot.com

De acordo com o *site Wikipédia*, como muitos outros artistas da *Pop art*, Andy Warhol criou obras em cima de mitos. Mas ele foi muito além, ele realmente criou mitos. Como o exemplo de que Warhol talvez tenha contribuído mais para o mito de Marilyn Monroe (ver figura nº 32), do que Hollywood e as revistas populares juntos. Ao retratar ídolos da música popular e do cinema, como Elvis Presley, Liz Taylor, Marlon Brando e, sua favorita, Marilyn Monroe, Warhol mostrava o quanto personalidades públicas são figuras impessoais e vazias; mostrava isso associando a técnica com que reproduzia estes retratos, numa produção mecânica ao invés do trabalho manual.

Da mesma forma, utilizou a técnica da serigrafia para representar a impessoalidade do objeto produzido em massa para o consumo, como as garrafas de Coca-cola e as latas de *sopa Campbell* (ver figura nº 30). Não se pode afirmar que a obra de Warhol foi eminentemente superficial ou esnobe, o que se comprova pelos seus quadros de desastres de ambulância, ou as cadeiras elétricas e os retratos de judeus famosos. Também foi muito importante seu trabalho como diretor de cinema, com obras filmadas totalmente diferentes e fora dos padrões da filmografia tradicional (ausência de roteiro, câmera imóvel, tentar mostrar uma "realidade

mais real do que a real"). Mas foi nas suas obras de celebridades e objetos de consumo da massa que o extremo da concepção de uma "Arte Pop" é representado. E é especificamente nas obras de Marilyn Monroe que uma das faces mais fortes da psique de Andy Warhol se revela. Apesar de ser fã de celebridades e de entender o caráter transitório da fama, o seu interesse estava no público e na sua devoção a uma figura como um símbolo cultural da época, uma figura criada pela imprensa.



Figura 32: Marylin por Andy Warhol 1964

Fonte: [www. site g1.globo.com](http://www.site.globo.com)

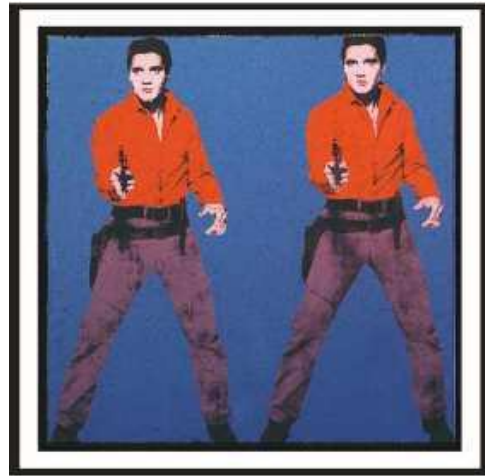


Figura 33: Double Elvis 1963

Fonte: [www. flickr.com](http://www.flickr.com)

Ainda de acordo com o *site Wikipédia*, Warhol não se pretendeu criticar a postura de adoração do público diante de seus ídolos, tampouco a máquina de publicidade responsável pela criação dos mesmos; ele apenas devolveu para eles a sua forma de criação de um artigo de consumo. Mas ele fez mais que criar mitos através de ícones nas suas telas; ele criou o seu próprio mito. Escreveu duas autobiografias, tinha um programa na MTV relacionado com a sua frase que já era célebre ("... 15 minutos de fama"), possuía sócias que se faziam passar por ele durante conferências e acontecimentos sociais, colaborava com vários artistas, abriu seu próprio escritório de negócios artísticos (*Factory*), influenciou o trabalho da banda *Velvet Underground*, recebeu um tiro de uma líder de um movimento feminista, foi um dos pioneiros a repensar a arte comercial como integrante do círculo das "belas-artes", apresentou também uma nova concepção estética no cinema, disse que não desenharia mais e só filmaria, e então voltou para sua concepção de pinturas iniciais quando ninguém esperava. É o artista pop por

excelência, pois é o único artista que possui todas as características deste movimento, e isto não se restringe apenas às suas obras: pois o próprio Warhol simboliza na perfeição esse "*american way of life*", a realização do sonho americano.

O objetivo do trabalho foi apresentar uma mini-coleção, contendo cinco modelos, de roupas para cachorros inspiradas no filme Bonequinha de Luxo. Com isso, demonstrou-se como a criação de roupas para cães também pode ser alimentada com informações que vão além do belo, mas que também surpreendem os donos quando se deparam com peças que contenham informações de moda e arte.

Para isso são apresentados alguns elementos-chaves contidos no filme que serviram de inspiração para a criação dos modelos, assim como as etapas e técnicas de desenvolvimento dos produtos: as matérias-primas a serem utilizadas, as modelagens criadas, os aviamentos escolhidos, a costura das peças e os materiais de apresentação ao cliente (como cabides, *tags*, embalagens e outros).

5 – Desenvolvimento prático

5.1 – Processo Criativo:

Ao iniciar o processo de criação, a primeira necessidade que surgiu foi a de pesquisar sobre algumas raças de cachorros de tamanho pequeno, pois esse é o alvo deste projeto e, assim realizou-se o levantamento de dados para auxílio na produção de cada modelo.

Com relação aos tipos de raças, as de pequeno e médio porte são classificadas como “companhia”. Foram selecionadas três raças para ilustração das informações (ver figura nº 34) e houve a escolha de uma delas para a demonstração das roupas criadas.

De acordo com informações do site seucachorro.com, seguem as descrições (nome de origem, foto, altura, peso, funções, atividade, pêlo, cor e país de origem), das três raças selecionadas: Pug, Yorkshire e Lhasa Apso.




NOME	PUG	YORKSHIRE	LHASA APSO
FOTO			
ALTURA	30cm aproximadamente	20cm aproximadamente	25cm aproximadamente
PESO	De 6,3kg à 8,1kg	Até 3,5kg	De 4kg à 7kg
FUNÇÕES	Companhia	Companhia	Companhia e alarme
ATIVIDADE	Moderado	Moderado e baixo	Moderado e baixo
PÊLO	Curto, fino e macio	Longo, liso e sedoso	Longo e abundante
COR	Preta, abricot, fulva e prata	Azul aço escuro com fulvo	Preto, branco, areia, mel, areia e dourado
ORIGEM	Grã-Bretanha	Grã-Bretanha	Tibet

Figura 34: Descrições das raças: Pug, Yorkshire e Lhasa Apso

Fonte: www.seucachorro.com

No início imaginou-se desenvolver as roupas apenas com elementos de inspiração presentes no filme *Bonequinha de luxo*, porém ao longo da descrição do trabalho viu-se também a necessidade de abordar elementos presentes na *Pop art*, pois era o movimento artístico com mais evidência na época em que se a história foi filmada.

Então deu-se início a reflexão em relação a quais elementos presentes no filme seriam utilizados como referências para a criação dos modelos, para isso o filme foi revisto e assim decidiu-se trabalhar com duas das cenas mais famosas da trama: Holly diante da joalheria *Tiffany's* (ver figura nº 02) e a cena onde ela entra na loja *Tiffany's* acompanhada do seu personagem romântico Paul (ver figura nº 15).

O movimento artístico da *Pop art* foi utilizado como referência para dois modelos. Para isso, foram escolhidas a pintura *Blam* (ver figura nº 37), do artista Roy Lichtstein e a capa do primeiro disco da banda *Velvet Undergroud* (ver figura nº 38), criada por Andy Warhol.

Segundo o *site Wikipédia*, Roy Fox Lichtenstein (Nova Iorque, 27 de outubro de 1923 — Nova Iorque, 29 de setembro de 1997) foi um pintor estado-unidense identificado com a *Pop art*. Na sua obra, procurou valorizar os clichés das histórias em quadrinhos como forma de arte, colocando-se dentro de um movimento que tentou criticar a cultura de massa. O seu interesse pelas histórias em quadrinhos (banda desenhada), como tema artístico, começou provavelmente com uma pintura do rato *Mickey*, que realizou em 1960 para os filhos. Nos seus quadros a óleo e tinta acrílica, ampliou as características da banda desenhada e dos anúncios comerciais, e reproduziu à mão, com fidelidade, os procedimentos gráficos. Empregou, inicialmente, uma técnica pontilhista para simular os pontos reticulados das histórias. Cores brilhantes, planas e limitadas, delineadas por um traço negro, contribuíam para o intenso impacto visual.

Ainda de acordo com o mesmo *site*, com essas obras o artista pretendia oferecer uma reflexão sobre a linguagem e as formas artísticas. Os seus quadros, desvinculados do contexto de uma história, aparecem como imagens frias, intelectuais, símbolos ambíguos do mundo moderno. O resultado é a combinação de arte comercial e abstracção. Roy Fox Lichtenstein usava cores como: azul marinho, amarelo, vermelho e branco. Ele fazia contornos em preto, para realçar mais suas pinturas.



Figura 35: Blam by Roy Lichtenstein

Fonte: www.artrepublic.com

Ainda de acordo com o *site Wikipédia*, Os *Velvet Underground* foram uma banda de vanguarda na década de 60, caracterizados por um estilo experimental, pouco comercial para a época. A banda tinha como mentor intelectual (e, mais importante, financiador) o artista plástico estadunidense Andy Warhol, que se dizia cansado da pintura e promovia incursões por outros campos artísticos como a música e o cinema. Apesar das suas grandes músicas, a banda não fez sucesso enquanto esteve ativa, seus álbuns não vendiam muito e sempre haviam conflitos internos. A inclusão de Nico no VU foi imposta por Andy Warhol, mas ocorreu rejeição e conflito por parte da banda. Como uma forma de objeção, o nome do grupo no primeiro álbum foi "*The Velvet Underground & Nico*", excluindo-a, de certa forma, da banda. Logo após o lançamento do álbum "*White Light/White Heat*" Andy Warhol foi despedido e Nico foi retirada da banda. O primeiro disco, *The Velvet Underground and Nico* (1967), notabilizou-se por uma banana na capa (feita por Andy Warhol), e também pelas composições completamente vanguardistas para os padrões da época, tratando de temas como drogas ("*I'm Waiting For The Man*"), sadomasoquismo ("*Venus In Furs*"), prostitutas ("*There She Goes Again*"), e até ocultismo ("*The Black Angel's Death Song*"). As vendas do LP, no entanto, foram pífias, mas existe uma lenda na qual quem o comprou montou uma banda após ouvi-lo - por exemplo, artistas como Iggy Pop, David Bowie, Depeche Mode, Joy Division, Sonic Youth, Jesus and Mary Chain, Nirvana e Nine Inch Nails foram influenciados pelo *Velvet Underground*.



Figura 36: Capa do disco "The Velvet Underground & Nico" criada por Andy Warhol

Por se tratar de um projeto de confecção, viu-se a necessidade de pensar sobre as etapas que envolvem o planejamento e desenvolvimento de uma coleção.

Treptow (2003) menciona que, deve existir uma reflexão sobre a quantidade de peças que a coleção terá, a distribuição das peças no mix de produtos, tempo de execução da coleção (cronograma), tempo de comercialização, capital de giro disponível e potencial de faturamento.

Ainda de acordo com Treptow (2003), as etapas para o planejamento de uma coleção são: reunião de planejamento, cronograma de coleção, parâmetro da coleção, dimensão da coleção, pesquisa de tendências, briefing de coleção, inspiração, cores, tecidos, aviamentos, elementos e princípios do design, elementos de estilo, desenhos, reunião de definição, modelagem, protótipos, reunião de aprovação, graduação e encaixe, ficha-técnica, formação do preço de venda, mostruário, lançamento e divulgação, vendas, produção, entregas e reunião de feedback.

Como a proposta do trabalho foi criar roupas para cachorros trabalhando com as mesmas informações que são utilizadas para o público feminino, viu-se também que o processo produtivo era praticamente o mesmo. Aqui a diferença entra nas construções da modelagem, que levou em consideração os dados obtidos pela pesquisa das raças e pelas medidas reais de um cachorro da raça *pug*. Sendo assim, seguiram-se os procedimentos de planejamento de coleção.

5.2 – Geração de Alternativas

Primeiramente, optou-se por selecionar as alternativas encontradas para a realização do projeto, sendo que as imagens que serviram de inspiração para criação dos modelos fazem parte da primeira fase, com a realização de três painéis que serviram para inspirar os esboços dos modelos: painel de inspiração do filme (ver figura nº 37), painel de inspiração *Pop Art* (ver figura nº 38) e painel de *lifestyle* dos clientes da marca Bichinhos de Luxo (ver figura nº 39). O painel de *lifestyle* da marca ilustra a relação entre os animais e seus respectivos donos. Quem procura a marca “Bichinhos de Luxo” possui grande preocupação com o bem estar do

seu animal e o trata como membro da família. Existe também, por parte desse público, a preocupação de vestir os animais de acordo com o seu modo de vida e, principalmente no caso das mulheres, de identificar as atuais tendências de moda.

Para realizar os esboços alguns elementos presentes nas imagens inspiradoras foram pontuados, se destacaram: os pêlos, o brilho das jóias, as cores das roupas usadas pela atriz, a padronagem xadrez e as obras dos artistas Andy Warhol e Roy Lichtstein.



Figura 37: Pannel de inspiraçon do filme

Fonte: Souza, 2009



**THE VELVET
UNDERGROUND
& NICO**



Andy Warhol

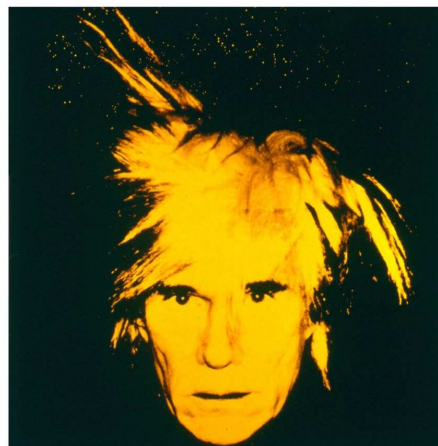


Figura 38: Painel de inspiração *Pop art*

Fonte: Souza, 2009



Figura 39: Lifestyle da marca Bichinhos de Luxo

Fonte: Souza, 2009



Figura 40: Esboços dos modelos

Fonte: Souza, 2009

Após análise dos esboços, decidiu-se confeccionar seis modelos. Eles foram selecionados de acordo com a melhor identificação com as imagens inspiradoras e também com a beleza de cada peça.

Após a decisão de quais modelos seriam confeccionados, deu-se início a construção das modelagens. A tabela de medidas do cachorro da raça *pug* (ver figura n° 43) serviram de base para a construção de cada molde. Surge então a tabela de medidas específica (ver figura 46).



Figura 41 e 42: Medição de cachorro da raça pug

Fonte: Souza, 2009

PARTES	MEDIDAS
Comprimento corpo	36CM
Comprimento mangas	8CM
Circunferência corpo	50CM
Circunferência pescoço	42CM
Comprimento de capuz	15CM
Circunferência patas	13CM

Figura 43: Tabela de medidas da raça pug

Fonte: Souza, 2009

Para a produção dos modelos foi desenvolvido um modelo de ficha técnica, onde as principais informações de cada modelo estariam contidas (coleção, artigo, referência, desenho, descrição, tecidos, fornecedores e outros). Segue ficha-técnica de um dos modelos da marca Bichinhos de Luxo:

Ficha Técnica - Bichinhos de Luxo

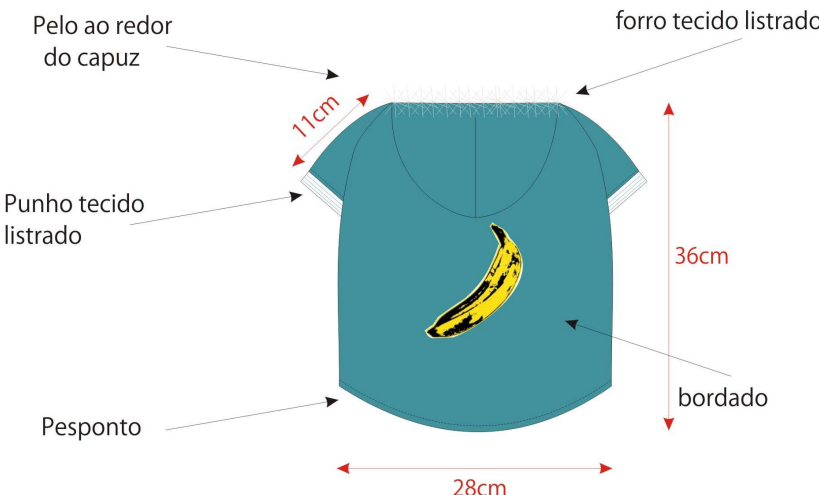
COLEÇÃO: Inverno 2010			
ARTIGO: Jaqueta com capuz			
REF.: BL 100001			
Desenho			
			
DESCRIÇÃO:			
Modelagem anatômica c/ atenção ao movimento dos braços;			
Bordar a peça antes de costurar;			
costuras de overloque embutidas.			
	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	FORNECEDOR
Tecido 1	Tecido maquinado p/ jaqueta		
Tecido 2	100% algodão listrado		
Tecido 3	Pelo sintético		

Figura 44: Ficha técnica da marca Bichinhos de Luxo

Após as modelagens estarem prontas e cada modelo devidamente cortado e separado com sua ficha-técnica e aviamentos, contou-se com o trabalho de uma costureira profissional para costurar todas as peças.



Figura 45: Costura das peças

Fonte: Souza, 2009

5.3 - Mini-coleção criada para a marca Bichinhos de Luxo

Da primeira cena, que serve de referência para a criação de três modelos, foram utilizados como elementos de inspiração: a touca de pêlo e o casaco laranja com botões forrados usados por Holly.



Figura 46: Imagem inspiradora - Holly e Paul vão a Tiffany's

Fonte: www.hepburn.tripod.com



Figura 47: Vestido botões forrados

Fonte: Souza, 2009



Figura 48: Uso do vestido botões forrados

Fonte: Souza, 2009

Para a confecção do vestido de botões forrados, utilizou-se: tecido para casaco feminino xadrez (padronagem muito utilizada na confecção de roupas na década de 60), tecido para forro em 100% algodão e tecido liso para os detalhes da faixa, laço e botões forrados.



Figura 49: Vestido gola pêlo

Fonte: Souza, 2009



Figura 50: Colete de pêlo

Fonte: Souza, 2009



Figura 51: Uso do colete de pêlo

Fonte: Souza, 2009

Já para a confecção do “vestido gola pêlo” utilizou-se tecido leve de lã, forro em 100% algodão e pêlo sintético (gola, cinto e presilha). O colete de pêlo também possui forro em 100% algodão estampado e pêlo sintético, foi colocado também um broche níquelado com formato de osso. Ambos foram inspirados na touca utilizada pela atriz na cena Holly e Paul vão a Tiffany’s (ver figura nº46).

A segunda cena selecionada “Holly diante da joalheira Tiffany’s” (ver figura nº 52), serviu de inspiração para a criação de um modelo, buscou-se os seguintes elementos para a criação do modelo: a cor preta do vestido e a jóia que a personagem observa na vitrine da joalheria.



Figura 52: imagem inspiradora - Holly diante da joalheria Tiffany's

Fonte: www.cinemastyle.blogspot.com



Figura 53: Regata com aplicação stass

Fonte: Souza, 2009



Figura 54: Uso da regata com aplicação stass

Fonte: Souza, 2009

Para o modelo de “regata com aplicação stass” utilizou-se: malha canelada plush, meia-malha estampa xadrez em 100% algodão e aplique de stass comprado pronto.

A pintura *Blam* (ver foto nº 55), do artista Roy Lichtstein foi utilizada como elemento central da estampa da regata estampa *pop art*. Além disso, foram colocadas outras imagens das obras do artista ao redor.



Figura 55: Imagem inspiradora - Blam by Roy Lichtstein

Fonte: www.artrepublic.com



Figura 56: Regata estampa *pop art*

Fonte: Souza, 2009

A regata som estampa *pop art* foi confeccionada com meia-malha 100% algodão e forro atoalhado também em 100% algodão. A estampa foi feita a partir de imagens pesquisadas na Internet e montadas no programa de computador Corel Draw, com isso foi levada em uma gráfica para que fosse transportada para a malha na forma de *transfer* (técnica obtida através da transferência térmica de uma folha de papel, com a imagem que se deseja transportar, para a superfície de tecido onde será aplicada, com o auxílio de uma prensa térmica).

A capa do disco “The Velvet Undergroud & Nico”, criada pelo artista Andy Warhol, serviu de inspiração para a criação da “jaqueta com aplique banana”. A imagem ícone da “banana”, foi reproduzida para que o público pudesse identificar rapidamente a informação de arte presente no modelo.

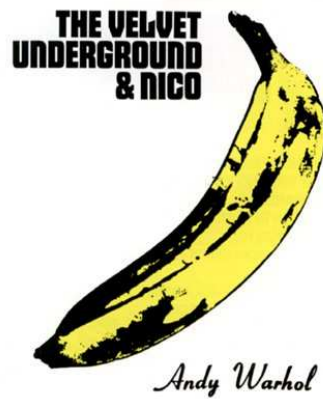


Figura 57: Imagem inspiradora - Capa do disco “The Velvet Underground & Nico” criada por Andy Warhol

Fonte: www.angrihippy.com



Figura 58: Jaqueta com aplique banana

Fonte: Souza, 2009

Para a confecção da jaqueta foram utilizados: tecido tactel (utilizado para a confecção de jaquetas esportivas), forro e punhos em tecido listrado 100% algodão e pêlo sintético colocado ao redor do capuz.

Pensando em como as peças seriam apresentadas para a venda, decidiu-se trabalhar com cabides forrados, *Tags* presos com fitas de cetim e posteriormente também oferecer caixas de presente personalizadas (com a logomarca da marca Bichinhos de Luxo).



Figura 59: Cabide

Fonte: Souza, 2009



Figura 60: Caixa de presente personalizada

Fonte: Souza, 2009

Como ferramenta de *marketing* pensou-se em investir em um trabalho de assessoria de comunicação, onde as peças seriam vinculadas em diversos tipos de revistas femininas e também do mundo *pet*. A intenção é que a venda não seja vinculada apenas em lojas que ofereçam produtos *pet*, mas também nas melhores *butiques* femininas do país.



Figura 61, 62 e 63: Revistas para divulgação da marca

Fonte: Souza, 2009

Além disso, pensou-se numa mini-arara personalizada, onde na compra de um determinado número de peças, a loja seria presenteadada para expor os modelos. Desse modo as peças ganhariam um lugar de destaque dentro das lojas.

6 – Considerações finais

Ao analisar o trabalho final é possível notar que os conceitos de moda, cinema e arte, que foram propostos e estudados ao longo do curso, foram aplicados e resultou-se no projeto proposto.

Alguns dos conceitos explorados ao longo do curso de Artes visuais: Cultura e Criação foram aplicados e podem ser visualizados no trabalho, tais como: a *pop art* (na pesquisa realizada e posteriormente na apropriação de algumas imagens utilizadas como estampa e aplique na coleção), o cinema (utilizou-se como tema principal o filme Bonequinha de Luxo e sua importância ao longo dos anos) e a Abstração (apresentando os principais conceitos e lembrando do trabalho realizado pelo estilista francês Yves Saint Laurent com a obra do artista Mondrian).

A inspiração buscada do tema “bonequinha de Luxo”, foi muito importante para o desempenho de toda a pesquisa, ficou claro a importância de ter um tema como ponto de partida para realizar as pesquisas necessárias e resultar em um produto final. Outro fator decisivo foram as pesquisas realizadas com o público a ser atingido, nesse caso o estudo das raças de cachorros foi fundamental para a realização do projeto.

A criação de moda pode ser explorada de forma inovadora e as pesquisas realizadas sobre o mercado *pet* e como se dá a criação de roupas para cachorros, foi de grande importância para o enriquecimento profissional.

As peças criadas ficaram coerentes com o que se propôs e as questões abordadas em relação ao mercado *pet* foram esclarecedoras para o entendimento do trabalho.

Ao final alcançou-se o objetivo pretendido que era aliar os estudos do Curso de Artes Visuais a esse novo segmento de mercado a ser explorado. Além disso, pensar a moda dentro desse segmento ainda em desenvolvimento foi de extrema importância para o enriquecimento tanto acadêmico quanto pessoal.

7 – Referências bibliográficas

ARTES VISUAIS: cultura e criação. CD-room. [Rio de Janeiro]: ISBN: 85-7458-194-1.

SCHNEIDER, Steven Jay . **1001 filmes para ver antes de morrer**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

STRICKLAND, Carol . **Arte comentada: da pré-história ao pós-moderno**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

VERLAGSGESELLSCHAFT, Könemann. **História da Moda do século XX**. Lisboa: Edição portuguesa, 2001.

TREPTOW, Dóris. **Inventando moda**. Brusque: 2003.

BONEQUINHA DE LUXO. Wikipédia. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Breakfast_at_Tiffany's>. Acesso em: 12/05/2009

HUBERT GIVENCHY. Wikipédia. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Hubert_de_Givenchy>. Acesso em: 12/05/2009

ANDY WARHOL. Wikipédia. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Andy_Warhol>. Acesso em: 15/05/2009

VELVET UNDERGROUD. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/The_Velvet_Underground>. Acesso em: 15/05/2009

ROY LICHTENSTEIN. Wikipédia. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Roy_Lichtenstein>. Acesso em: 15/05/2009

POP ART. Wikipédia. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Pop_art>. Acesso em: 15/05/2009

ABSTRAÇÃO GEOMÉTRICA. Disponível em:
<http://www.itaucultural.org.br/aplicExternas/enciclopedia_IC/index.cfm?fuseaction=termos_texto&cd_verbete=346>. Acesso em: 16/05/2009

ABSTRAÇÃO INFORMAL. Disponível em:
<http://www.edukbr.com.br/artemanhas/idade_contemporanea_abstracionismo_pintura.asp>. Acesso em: 16/05/2009

O MUNDO E O MERCADO DOS ANIMAIS. Disponível em:
<<http://emarketingvox.blogspot.com/2008/04/o-mundo-e-o-mercado-dos-animais.html>>. Acesso em: 15/05/2009

O MERCADO DE PET SHOP NO BRASIL. Disponível em:
<<http://noticias.brasilpetshop.com.br/o-mercado-de-pet-shop-no-brasil-78/>>. Acesso em: 15/05/2009

DASLU INVESTE NO MERCADO PET. Disponível em:
<http://www.terra.com.br/istoedinheiro/242/negocios/242_daslu_canina.htm>. Acesso em:
24/05/2009

AUDREY HEPBURN ELEITA A MAIS BONITA DO CINAMA. Disponível em:
<<http://www.bigorna.net/index.php?secao=cinema&id=1234497242>>. Acesso em:
13/05/2009

AUDREY HEPBURN INSPIRA COLEÇÃO DA GAP. Disponível em:
<<http://revistaquem.globo.com/Quem/0,6993,EQG1332069-3428-1,00.html>>. Acesso em:
15/05/2009

AUDREY HEPBURN INSPIRA ESTILISTAS BRASILEIROS. Disponível em:
<<http://revistaquem.globo.com/Quem/0,6993,EQG1332069-3428-1,00.html>>. Acesso em:
15/05/2009

RAÇAS DE CACHORRO. Disponível em:
<<http://www.seucachorro.com/racas-de-cachorro-com-a-letra-l/>>. Acesso em: 04/07/2009