

## A MODA À LUZ DO SURREALISMO DE RENÉ MAGRITTE

Laura Matias dos Santos Teles<sup>1</sup>  
Victoria Ariele Gomes<sup>2</sup>  
Tainá Sarmiento Borges<sup>3</sup>  
Edinaldo Alves de Araújo<sup>4</sup>

### RESUMO

O presente artigo consiste em uma produção teórica e prática, com o objetivo de criação, planejamento e desenvolvimento de uma coleção de moda para o inverno 2024, tendo como temática central o movimento Surrealista. A partir desta temática central, chegou-se ao artista René Magritte, tema específico escolhido. Dentro de um cenário de valorização de elementos do inconsciente característico do movimento surrealista, o artista se destacou, não por ter interpretado sonhos, mas sim por ter dado um novo olhar sobre o literal. Para o desenvolvimento da coleção foi previamente realizado um estudo mercadológico detalhado em que analisou-se o histórico da marca, a apresentação comercial, as marcas concorrentes, a análise das três últimas coleções e o *briefing* do público-alvo, oportunidade na qual foi desenvolvida a persona e o painel de *life style* da consumidora ideal da marca. Posteriormente foi também realizada uma pesquisa temática do tema central e do tema específico, que acarretou a construção de um *brainstorming* com o cruzamento de conceitos marca X tema específico X tendências da estação, que só então levou a construção das peças. Realizou-se um levantamento bibliográfico, assim como uma pesquisa de campo, com abordagem qualitativa, o que por sua vez permitiu a realização de um intercâmbio entre a teoria e a prática.

**Palavras chaves:** Arte; Moda; Surrealismo; Rene Magritte.

### 1 INTRODUÇÃO

O presente artigo consiste em uma produção teórica e prática, com o objetivo de criação, planejamento e desenvolvimento de uma coleção de moda a partir de um tema central proposto, Surrealismo.

O movimento surrealista surgido em Paris nos anos de 1920, propõe usar o subconsciente e os sonhos como inspiração das obras, desvinculando-as de padrões estéticos, morais ou da própria racionalidade. Nesse sentido, explorando a interface entre moda e arte, diante do contexto do movimento Surrealista, a moda trouxe o extraordinário e o inédito, por meio do uso de materiais e formas inusitadas,

---

<sup>1</sup> Discente do Curso de Design de Moda do Centro Universitário Universo Goiânia.

<sup>2</sup> Discente do Curso de Design de Moda do Centro Universitário Universo Goiânia.

<sup>3</sup> Docente do Curso de Design de Moda do Centro Universitário Universo Goiânia. Especialista em Fashion Accessories pelo Instituto Marangoni Milão (2011).

<sup>4</sup> Docente do Curso de Design de Moda do Centro Universitário Universo Goiânia. Mestre em História pela PUC Goiás (2020).

transmutando o corpo feminino, mesmo que apenas na superfície, através de estampas e acessórios (Prudente, 2018).

A partir da temática central, chegou-se ao artista Rene Magritte. Especialmente à luz da arte do artista, tema específico escolhido, tem-se que, assim como o artista explorou a dissonância entre objetos familiares e contextos desconhecidos, ao despir objetos ordinários de sua significância normal, as coleções desenvolvidas exploraram peças clássicas do vestuário, para além do convencional, (re)significando o vestir por meio do uso de elementos que visam trazer bossa ao tradicional.

Enquanto comunicação simbólica e, portanto, forma de transmitir informações sobre o papel e posição social daqueles que o vestem, a vestimenta desempenha um papel importante na construção social da identidade, permitindo aí que as personas que as utilizam possam perfomar identidades sociais (CRANE, 2006). Nesse sentido as vestimentas são também adotadas como elementos simbólicos de pertencimento e/ou distinção social se comportando como linguagem não verbal, na medida em que

[...] a comunicação não-verbal/estética, diferente das palavras e sua contagem, não tem um universo limitado e é pela moda/estética que se estabelece o primeiro grau de reconhecimento social de uma pessoa, vez que antes de qualquer palavra a ser dita, o ser humano se faz valer do sentido da visão para observar seus pares e a expressão da comunicação pelas vestimentas faz com que ele reconheça esse par como seu igual ou não (LISBÔA; SILVA, 2021, p. 161).

Sendo o vestuário uma linguagem visual da contemporaneidade em que o sujeito reflete seu estar no mundo e “[...] uma linguagem silenciosa em que os indivíduos se comunicam mediante uso desses símbolos visuais e não-verbais” (MIRANDA, 2014. p. 16), pode-se afirmar que o vestuário enquanto elemento de comunicação não verbal, convenção social e comportamental é uma espécie de linguagem que “representa como quem veste vê o mundo ao mesmo tempo que define o modo pelo qual o mundo vê quem a veste” (FREITAS; 2020, p. 2). Nesse sentido, o designer atua também como um comunicador, usando a moda como instrumento de comunicação não-verbal, capaz de criar tendências e modificar padrões de vestuário e estilos na sociedade.

Para o desenvolvimento do presente trabalho, foi realizado um levantamento bibliográfico, com o intuito de levantar estudos já existentes sobre o tema, na medida em que “a pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro

disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc” (SEVERINO, 2013, p. 106) e assim compreender todo o processo de desenvolvimento de coleção

Após o levantamento, foi realizada a análise das informações encontradas, sobremaneira casando com a pesquisa de abordagem qualitativa, mais especificamente uma pesquisa de campo, que permitiu a realização de um intercâmbio entre a teoria e a prática, atendendo assim o objetivo do trabalho que centra-se ao atendimento das funções do design e conseqüente desenvolvimento da capacidade profissional, a qual é refletida na produção de um produto de moda.

## 2 SURREALISMO

Último movimento artístico e literário das Vanguardas Europeias, nascido em Paris na década de 1920, no período pós guerra, o movimento surrealista ganhou força com o lançamento do “Manifeste du Surréalisme” pelo poeta e crítico André Breton (1896-1970), criador do movimento.

Tendo como características principais a expressividade espontânea, a transformação de objetos, a subversão da ordem e um estilo visual único. Santos (2002, p. 230) descreve o surrealismo:

[...] não como uma nova escola artística, mas como um meio de conhecimento, em particular de continentes que até então não tinham sido sistematicamente explorados: o inconsciente, o maravilhoso, o sonho, a loucura, os estados alucinatórios, em resumo, o avesso do que se apresenta como cenário lógico.

O movimento propõe usar o subconsciente e os sonhos como inspiração das obras, desvinculando-as de padrões estéticos, morais ou da própria racionalidade. Nesse sentido Breton (1985, p. 10) definiu o surrealismo como:

Automatismo psíquico puro pelo qual se propõe exprimir, seja verbalmente, seja por escrito, seja de qualquer outra maneira, o funcionamento real do pensamento. Ditado do pensamento, na ausência de todo controle exercido pela razão, fora de toda preocupação estética ou moral.

O Surrealismo como movimento visual tinha como método expor a verdade psicológica ao despir objetos ordinários de sua significância normal, a fim de criar uma imagem que ia além da organização formal ordinária.

Assim, os artistas surrealistas buscavam reproduzir elementos do inconsciente por meio da construção de imagens oníricas que transcendem a realidade, cada um a seu modo, fazendo uso de materiais e técnicas variadas, atribuindo riqueza e diversidade ao movimento, promovendo relevante renovação estética.

Os artistas surrealistas de maior destaque são André Breton (1896-1966) escritor, poeta e teórico do surrealismo; René Magritte (1898-1967), pintor; Salvador Dalí (1904-1989) que além de pintor teve também trabalhos artísticos no cinema, escultura, e fotografia; Max Ernst (1891-1976) destacando-se não só através da pintura, mas também da poesia; Joan Miró (1893-1983) cujas obras mais conhecidas são pinturas, porém possuiu registros de produção como escultor, designer e ceramista.

Nesse sentido, tem-se que as obras surrealistas não se limitaram ao campo das artes plásticas, expandido-se ao cinema, teatro, literatura, fotografia e moda. Neste último, se destaca a colaboração feita em 1937 pelo artista Salvador Dalí (1904 - 1989) e a estilista italiana, Elsa Schiaparelli (1890 - 1973).

A colaboração resultou em peças de vestuário que combinavam o estilo surrealista de Dalí com a inovação e a criatividade de Schiaparelli, que apesar de não ser considerada surrealista, o movimento teve forte influência sobre as suas criações. Segundo Martin (1988, p.207), Schiaparelli “[...] não era uma designer envolvida na evolução dos projetos. Ela era uma artista na tradição mística da inspiração criativa e sua consequência na arte.”

Tal colaboração faz prova de que moda e arte, enquanto forma de expressão, podem andar em conjunto e marcar uma época.

### **3 INSPIRAÇÃO: O SURREALISMO DE RENE MAGRITTE**

Nesse cenário de valorização de elementos do inconsciente, um artista se destacou, não por ter interpretado sonhos e sim por ter dado um novo olhar sobre o literal: René Magritte (1898 - 1969).

René François Ghislain Magritte, nasceu em Lessines na Bélgica. Em 1916 ingressou na Academia Real de Belas Artes em Bruxelas, enveredando-se para o mundo das artes, inicialmente produzindo obras impressionistas. Em 1927 mudou-se

para Paris e inspirado nas vanguardas, começou a desenvolver suas obras nos moldes Surrealistas.

As obras de Magritte evocam o mistério, desafiam a percepção, a realidade, além de explorar a relação entre palavras e imagens. De maneira geral, Magritte expressava técnicas realistas com representações detalhadas, as quais muitas vezes, tinha uma aparência convencional, mas era esse conjunto de elementos realistas que se mesclavam com elementos surreais e geravam senso de estranheza e questionamento, criando desconforto no espectador.

As referências conceituais e estéticas do movimento surrealista também se transpõem para a moda, na medida em que, segundo Garcia (2010, p. 1) “a moda e a arte através da estética representam expressões contextuais de uma época, registrando elementos identificáveis de cada período que são retomados e aplicados ciclicamente, principalmente na moda”.

Nesse sentido, a moda é também resultado da fusão de elementos e características de diversos movimentos artísticos precedentes, dialogando diretamente e até mesmo, muitas vezes, se misturando com a arte, haja vista que “certas manifestações de moda, são sem dúvida nenhuma, formas de artes, assim como pinturas, esculturas, belas sinfonias ou performances” (SARSUR; MENDES, 2008, p. 8).

#### **4 DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO**

Para o desenvolvimento da primeira coleção, a marca de referência escolhida foi a Ammis, empresa fundada em 2012 por Ana Laura Machado, empresária e arquiteta que cresceu no interior de Minas Gerais. A marca conta com uma loja física na cidade de Belo Horizonte além de estar também presente no ambiente virtual por meio de um *e-commerce* próprio. Tendo como conceito uma roupa elaborada nos mínimos detalhes a Ammis visa transmitir e valorizar em cada coleção uma modelagem e acabamentos impecáveis.

Foi realizado um estudo mercadológico detalhado com foco no histórico da marca, na apresentação comercial, nas marcas concorrentes, na análise das três últimas coleções, e no briefing do público-alvo, oportunidade na qual foi

desenvolvida a persona e o painel de *life style* da consumidora ideal da marca supracitada.

Posteriormente foi também realizada uma pesquisa temática do tema central e do tema específico que acarretou a construção de um *brainstorming* com o cruzamento de conceitos da marca X tema específico X tendências do inverno 2024, que por sua vez levou à construção de três blocos de coleção, distribuídos a partir das ocasiões de uso lazer, trabalho e noite, blocos estes que levam os nomes das obras de inspiração: Perspicácia (1936), Golconda (1953) e Tempo Trespasado (1938), respectivamente, obras de autoria do autor Rene Magritte, tema específico em questão.

Na figura abaixo estão as obras de inspiração, com a distribuição da ocasião de uso e a cartela de cores:

Figura 1. Obras de Inspiração e Cartela de Cores



Fonte: *Pinterest* (online)

O primeiro bloco, denominado perspicácia, foi desenvolvido para a ocasião de uso lazer. É composto por dois vestidos, uma calça, duas saias, três tops, um colete, uma camisa e um tricô; peças estas que priorizaram conforto e modernidade. Foram utilizadas as cores *Black Beauty*, *Twist of Lime*, *Apricot*, *Fiery Red*, *Leather Brown*, *Military Olive*, *Bright White*, com destaque para a cor *Apricot*, tendência e porta do Inverno 2024 segundo a WGSN. Tweed, malha flame, tricot e malha flamê compõem a cartela de tecidos e malhas desse bloco.

O segundo bloco, denominado Golconda, foi desenvolvido para a ocasião de uso trabalho. É composto por dois vestidos, duas calças, uma saia, três blusas, uma

camisa, dois tricôs e um blazer, peças desenvolvidas priorizando elegância e atemporalidade. Foram utilizadas as cores *Black beauty*, *brighth White*, *leader Brown*, *military olive*, *classic blue*, *twist of line*, *mirage Gray*. Tweed, lã, tricoline e sarja satim para viabilizar a confecção de peças estilo alfaiataria, compõem a cartela de tecidos e malhas desse bloco. Ressalta-se o uso de botões encapados como aviamento de destaque.

O terceiro bloco, denominado Tempo Transpassado, foi desenvolvido para a ocasião de uso noite. É composto por dois vestidos, uma calça, duas saias, quatro *tops*, duas blusas manga longa e um sobretudo, peças estas que priorizam a sofisticação e o *glamour*, com silhueta predominantemente marcada. Foram utilizadas as cores *Black Beuty*, *Fiery Red*, *Leather Brown*, *Mirage Gray*, *Classic Blue*, *Miliraty Olive* e *Bright White*. Veludo, tule de malha com o intuito de trazer transparência, *viscolycra*, cetim Chanel e tafetá possibilitando a confecção de peças estruturadas, são os principais tecidos utilizados que compõem a cartela de tecidos e malhas desse bloco.

Segundo Treptow (2003 p. 138) “uma coleção deve apresentar unidade visual; as peças precisam manter uma relação entre si”, nesse sentido os três blocos possuem em comum, cores tais como o *Military Olive*, *Leather Brown* e *Black Beuty*; aviamentos, tais como botões encapados; tecidos tais como tweed, veludo e tafetá; e silhueta predominantemente marcada, o que por vez traz unidade à coleção. Destaque-se assim, o plano geral:

Figura 2. Plano geral da coleção



Fonte: Arquivo pessoal do autor, 2023

A roupa construída foi o *look* conceitual elaborado para o terceiro bloco, desenvolvido para a ocasião de uso noite. Foi inspirado na obra de René Magritte denominada Tempo Transpassado (1938), cuja pintura retrata uma locomotiva preta saindo de uma lareira a todo vapor, em uma sala vazia. René ficou conhecido por explorar a dissonância entre objetos familiares e contextos desconhecidos, ao despir objetos ordinários de sua significância normal.

O *look* é composto por um vestido tubinho preto de sarja satim, com um volumoso e estruturado peplum assimétrico branco de tafetá, que sobressaem à silhueta e saltam aos olhos, assim como a locomotiva na obra do artista. Nesse sentido, o *look* construído tem como base uma peça clássica do vestuário, comunicando com a marca que tem a atemporalidade e a elegância como conceito, todavia, explorada para além do convencional por meio do uso de elementos que visam trazer bossa ao tradicional, retirando a peça da sua significância normal e relacionando-se assim com a obra de inspiração. Veja-se:

Figura 3. Croqui



Figura 4. *Look* Construído



Fonte: Arquivo pessoal do autor, 2023

A segunda coleção, por sua vez, denominada Infinito, foi desenvolvida para o inverno 2024 e inspirada nas obras do artista belga René Magritte (1898 - 1969). Recebe esse nome porque a cor azul está presente em todos os blocos, bem como o céu está presente em todas as obras de inspiração. “Quanto mais profundo o azul,

mas ele chama o homem em direção ao infinito, despertando nele o anseio pelo puro e, finalmente, pelo transcendental.” (KANDINSKY, 1996, p 92).

A marca de referência escolhida foi a Moda Amora, empresa goiana fundada em 2011 pela estilista Isabela Pimentel. A Moda Amora transmite em suas criações elegância e atemporalidade, combinadas com conforto e leveza. A empresa está localizada em dois *shoppings* atacadistas em Goiânia, como também online através do site. No varejo atende públicos C e D, mas a principal receita está nas vendas no atacado para revendedores e representantes em todo o Brasil.

Desde 2019, a marca passou a produzir uma moda menos impactante e mais ética e “o objetivo da moda ética não é reduzir ou eliminar o consumo de vestuário, mas substituir os bens de consumo por produtos menos prejudiciais ao ambiente, tanto social quanto materialmente” (CRANE; BUENO, 2011, p. 239). Dessa forma a marca utiliza em suas criações tecidos com fibras mais naturais, faz reaproveitamento de resíduos e cuida para que todas as pessoas envolvidas no processo de fabricação recebam de forma justa e trabalhem em um ambiente saudável, não só incentivando a mão de obra local, como mantendo a ética trabalhista.

Depois de estudar a marca de referência e o tema específico, foi desenvolvida a cartela de cores. Essa foi feita mediante estudos de tendência para o Inverno 2024, e também através do painel de inspiração do tema geral.

A coleção foi dividida em três blocos que levam os nomes das obras de inspiração: A Profecia (1937); A Condição Humana (1933), e Arquitetura ao Luar (1956); em cada um foram explorados elementos da obra que dialogassem com a proposta do bloco, respectivamente: lazer, trabalho e jantar formal. Na figura abaixo estão as obras de inspiração, com a distribuição da ocasião de uso e a cartela de cores.

Figura 5. Obras de Inspiração e Cartela de Cores



Fonte: *Pinterest* (online)

A Profecia traz como inspiração o romantismo e a praticidade, que também são característica da marca de referência. Para esse bloco foram desenvolvidas peças básicas de inverno, com silhueta predominantemente reta. Cores claras transmitem a leveza das peças, nesse bloco também está presente a cor *Apricot Crush*, tendência para o Inverno 2024 segundo a WGSN Tricot leve, malha *winter*, malha *delicate* e viscolinho compõem a cartela de tecidos e malhas desse bloco.

O segundo bloco, A condição humana, traz elegância e atemporalidade através de peças chaves para o ambiente de trabalho, como a camisa social, blazer e calça reta. A aposta desse bloco é a mistura de texturas que os tecidos utilizados trazem. Os *tops* e sobreposições contam com um detalhe na gola que se repetem nos outros blocos, ganhando aqui destaque. Os tecidos utilizados nesse bloco são linho misto, cambraia de linho, crepe alfaiataria, couro sintético PVC, chiffon e tricoline.

Em Arquitetura a luz da lua, terceiro e último bloco, tons de azul predominam, ao lado do preto, branco e cinza. Esse bloco tem peças voltadas para um jantar formal e silhueta predominantemente cintura alta. É composto por 1 macacão e 5 vestidos, sendo 1 desses vestidos o escolhido para ser confeccionado.

Figura 6. Plano geral da coleção



Fonte: Arquivo pessoal do autor, 2023

A peça desenvolvida, inspirada na obra "Arquitetura ao Luar" (1956), serviu de referência para desenvolver as outras peças do bloco 3. O *look* conceitual foi confeccionado com os tecidos crepe madame, filó e lurex, criando na peça estrutura e volume sem perder a delicadeza. Para o busto foi desenvolvido um *corset* em crepe madame, como detalhe foram aplicados arcos em tecidos metalizados que fazem menção à obra. A saia conta com camadas em recortes assimétricos e foi feita com uso de filó.

Figura 7. Croqui



Figura 8. *Look* Construído



Fonte: Arquivo pessoal do autor, 2023.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo foram exploradas as particularidades do movimento artístico conhecido como Surrealismo, com ênfase nas criações do pintor René Magritte, além da descrição de peças desenvolvidas para coleções de moda, destinadas à duas marcas diferentes, cuja inspiração vem desse mesmo movimento.

Foi observado que o Surrealismo e a moda estabelecem uma relação intrigante e criativa que ultrapassam as fronteiras da arte e do vestuário. Enquanto o Surrealismo busca explorar o inconsciente e provocar questionamentos sobre a realidade, a moda permite que as pessoas expressem sua individualidade e criem sua própria versão da realidade através da roupa que vestem.

O artista René Magritte utilizava técnicas realistas para criar suas obras, o Surrealismo estava na sobreposição de objetos inusitados ou na utilização de elementos comuns em ambientes incomuns. Dessa forma, as coleções aqui apresentadas foram desenvolvidas com peças atemporais, clássicas e românticas, em que o mix de tecidos utilizados, os detalhes nas peças e a ousadia transmitem o surreal.

Para a execução deste trabalho foram conduzidas pesquisas sobre tecidos, tonalidades, texturas, elementos das peças, tendências, consultas de referências literárias, análise visual e estudo da marca de referência. A partir disso, prosseguiu-se para a representação das ideias através dos croquis, avaliação, seleção e produção do *look* mais adequado.

A finalidade deste estudo consistiu em comunicar os diversos traços do movimento artístico em questão com duas coleções de moda, através de peças de vestuário que são atemporais, porém sob um novo design, evidenciado nos esboços da coleção e nas peças confeccionadas, resultando no paralelo comunicativo efetivo entre marca, público, tendência e produto de moda.

## REFERÊNCIAS

BRETON, André. **Manifesto do Surrealismo**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

CRANE, Diana. **A moda e o seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. Tradução de Cristina Coimbra. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

CRANE, Diana; BUENO, Maria Lúcia. **Ensaio sobre a moda, arte e globalização cultural**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

FREITAS, Giovanna Verzelone Calábria de. **Moda enquanto discurso: vestimenta e gênero na construção do corpo político**. 2020. 32 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/31078>. Acesso em: 26 set. 2023.

GARCIA, Sueli. **O surrealismo e a moda**. Revista Belas Artes, ano 2, n. 3, maio-ago. 2010. Disponível em:

<https://www.belasartes.br/wp-content/uploads/2023/05/o-surrealismo-e-a-moda.pdf>.

Acesso em: 09 ago. 2023.

KANDINSKY, Wassily. **Do espiritual na arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

LISBÔA, Natália de Souza.; SILVA, Ana Carolina. Influência da Indumentária nas Representações Jurídicas: Relações de poder e gênero. Direito.UnB - **Revista de Direito da Universidade de Brasília**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 147–170, 2021. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistadedireitounb/article/view/36119>.

Acesso em: 25 set. 2023.

MARTIN, Richard. **Fashion and Surrealism**. Nova York: Rizzoli International Publications, 1988.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda: a relação pessoa objeto**. 1ª Ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

PRUDENTE, Aline Barbosa da Cruz. 2018. **Elsa Schiaparelli e o mundo da arte**. Revista Dobras. v. 11, n. 24, p. 45, nov. 2018. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/777/509>. Acesso em: 16 ago. 2023.

SANTOS, Lúcia Grossi dos. **A experiência surrealista da linguagem: Breton e a psicanálise**. Ágora: Estudos em Teoria Psicanalítica, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 230, jul. – dez. 2002.

SARSUR, Cláudia; MENDES, Fernanda Amarante de Mendonça. **A moda vista como arte**. 2008. Disponível em:

<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20%202008/42372.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2023.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 1ª Ed. São Paulo: Cortez, 2013.

TREPTOW, D. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 2. Ed. Brusque: D. Treptow, 2003.