

OS MANEQUINS NA ARTE SURREALISTA E NO VITRINISMO: UMA ANÁLISE DA EXPOSIÇÃO INTERNACIONAL SURREALISTA DE 1938

The Mannequins in Surrealist Art and Window Dressing: An Analysis of the 1938 International Surrealist Exhibition

PRUDENTE, Aline Barbosa da Cruz; Mestre; PUC Campinas, aline.bcp@gmail.com¹

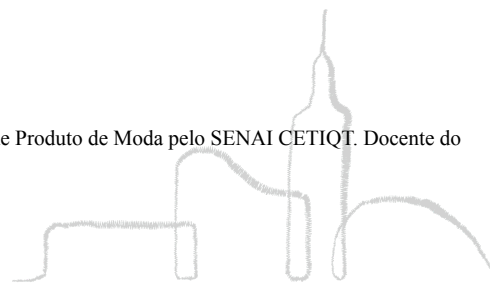
Resumo: Este trabalho aborda a relação entre o Surrealismo e a moda, analisando o corpo do manequim nestes dois contextos. Na Exposição Internacional Surrealista de 1938 os artistas deslocam estes objetos de sua função tradicional para expressar seus conceitos, e ao mesmo tempo influenciam a moda e o vitrinismo. A análise revela como a arte surrealista se entrelaça com o mercado, convidando à reflexão sobre as representações femininas na sociedade.

Palavras chave: Surrealismo; Moda; Vitrinismo.

Abstract: This paper explores the relationship between Surrealism and fashion, analyzing the role of the mannequin in both contexts. In the 1938 International Surrealist Exhibition, artists repurposed these objects from their traditional functions to express their concepts, simultaneously influencing fashion and window dressing. The analysis reveals how surrealist art intertwines with the market, prompting reflection on female representations in society.

Keywords: Surrealism; Fashion; Window Dressing.

¹ Pesquisadora de Arte e Moda. Graduada e Mestre em Artes Visuais pela UNICAMP. Especialista em Design de Produto de Moda pelo SENAI CETIQT. Docente do Senac São Paulo e PUC Campinas.



Introdução

O surrealismo é um movimento contestador da ordem vigente, que surge na década de 1920. Inspirados na livre expressão do inconsciente, os artistas criam obras, muitas vezes polêmicas para a época, motivadas por sonhos e jogos em grupo. Entre as formas de divulgação de suas obras, os artistas organizaram exposições, a partir de 1925, além de terem galerias dedicadas à arte surrealista, mas só encontraram seu estilo na forma de expor na exposição de 1938. Nesta ocasião os artistas se aprofundam na busca pela desorientação do espectador e tornaram público os *environnements*², ambientes para suas salas de exposição que causam desconforto e perplexidade. A exposição tinha a intenção de apresentar uma retrospectiva de trabalhos do grupo e internacionalizar o movimento.

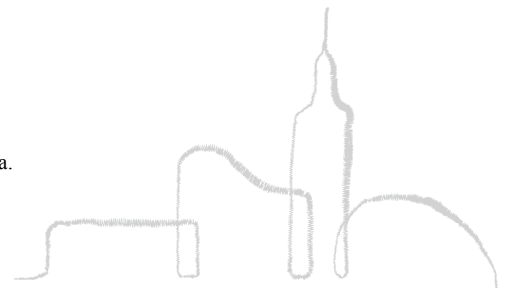
Esta foi a última grande manifestação do grupo surrealista antes da Segunda Guerra Mundial. Para Sawin (1995, p.8), esta exposição não chega a ser um grande anúncio de revolução, mas sim um *grand finale* de um movimento que passaria do radical chique para a história. Por conta da Guerra, a maioria dos artistas se mudaram para os EUA, onde tiveram mais um "palco" para que o movimento pudesse se desenvolver.

A Exposição Internacional Surrealista foi realizada em 17 de janeiro de 1938 na *Galerie Beaux-Arts* de Paris na Rua *Faubourg Saint-Honoré*, número 140, que pertencia a Georges Wildenstein. A exposição aconteceu junto com a publicação do *Dictionnaire Abrégé Du Surréalisme* pela livraria José Corti.

O catálogo da exposição classifica Duchamp como "Gerador-árbitro", Breton e Éluard como "Organizadores", Man Ray como "Mestre das luzes", Paalen como "Mestre das Águas e Silvados" e Salvador Dalí e Max Ernst como "Conselheiros técnicos" (Alexandrian, 1976, p.158). A exposição era extensa, tendo 229 itens listados no catálogo, de 60 artistas, sendo que 16 eram internacionais, representando 14 países diferentes, sendo estes a Alemanha, Inglaterra, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Estados Unidos, França, Itália, Romênia, Suíça, Suécia, Tchecoslováquia e Japão.

Lewis Kachur (2003) considera os espaços da exposição de 1938 como "espaços ideológicos", pois estes apresentam uma polêmica em formato de uma exposição. O autor não desconsidera que toda exposição é de certa forma ideológica, porém ele define este conceito como 'o abandono de uma apresentação aparentemente simples ou declaradamente neutra em favor de um formato relativamente subjetivo' (Kachur, 2003, p. 6, tradução nossa). O autor ainda complementa dizendo que o surgimento destes espaço ideológicos em exposições de arte coincide historicamente com o marketing de produtos de marca, bem como a difusão do local dedicado a tal exposição, as lojas de departamentos.

² Os *environnements*, ou "ambientes" (tradução nossa), se aproximam do que hoje chamamos de instalação artística.



Não é de surpreender que a exibição como espetáculo tenha suas histórias sobrepostas nos domínios comercial e das artes plásticas. O espaço de exposição é frequentemente onde os dois se misturam e competem mais obviamente. Isto é particularmente verdadeiro no caso dos surrealistas, como testemunham os seus manequins, emprestados das casas de moda e vestidos pelos artistas ao longo do corredor de entrada para a exposição de 1938. (Kachur, 2003, p. 7, tradução nossa)

Essa relação entre a exposição de arte e a exposição comercial de moda é claramente demonstrada nos registros jornalísticos e fotográficos da época, que evidenciam a influência das ideias surrealistas tanto na imprensa quanto nas vitrines das proximidades da *Galerie Beaux-Arts*. O evento ainda chamou a atenção de editores de moda da revista *Vogue*, que relataram a presença marcante de diversas personalidades durante a abertura: '[...] Nathalie Paley, Bettina Bergery, Schiaparelli in paillettes, Madame Ralli, toda em branco imaginando "Quais pontos de moda serão inspirados nesta exposição".' (Kachur, 2003, p. 218, tradução nossa).

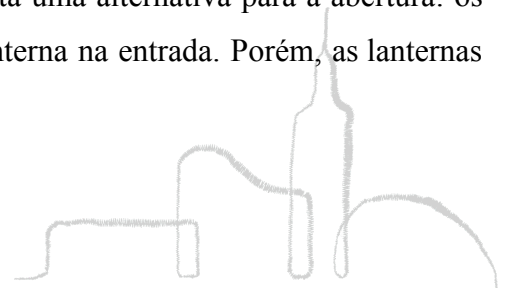
Este artigo tem como objetivo discutir a relação entre o Surrealismo e a Moda e suas influências mútuas, com foco no corpo do manequim.

Espaço da Exposição

Os espaços da exposição foram divididos entre pátio, corredor de entrada e duas salas. Neste pátio havia a obra *Táxi Chuvoso* de Salvador Dalí com dois manequins dentro. Um era o motorista com uma cabeça de tubarão e óculos de proteção, e a passageira era um manequim feminino descabelado recoberta com alface e caracóis vivos. Ao seu lado havia uma máquina de costura e o chão era coberto de plantas. Como o próprio nome da obra indica, havia um sistema que fazia com que gotas caíssem do teto do carro, parecendo uma chuva.

Ao entrar no prédio, passava-se por um corredor com a obra *Rua dos Manequins*, a qual será discutida neste trabalho, e então o espectador chegava à primeira sala, onde havia um *environment* feito por Duchamp. Nesta sala o chão era todo recoberto com folhas, o teto com sacos de carvão e no centro havia um falso braseiro, feito de um velho tonel, que funcionava como uma luminária. O'Doherty (2002) argumenta que a grande inovação feita neste espaço expositivo foi o uso do teto como parte essencial para o ambiente, o que antes era um espaço morto da galeria, e que esta foi a primeira vez que um artista subsumiu uma galeria inteira com uma única intervenção. Além do teto, Duchamp também concebeu outros elementos, como portas giratórias que não levam a lugar nenhum, com a intenção de confundir o espectador.

Originalmente, a exposição foi pensada por Duchamp com luzes que se acenderiam quando um espectador se aproximasse do quadro. Como isso não foi possível, foi feita uma alternativa para a abertura: os convidados recebiam de Man Ray, o “Mestre de luzes do show”, uma lanterna na entrada. Porém, as lanternas



não funcionaram muito bem para a visualização das obras e muitas destas não foram devolvidas após a *vernissage*, por isso Man Ray montou um sistema com luzes escondidas para os outros dias de exposição.

Por relatos da época, sabe-se que havia mais salas de exposição, mas há poucos registros, provavelmente por serem menos polêmicas, com exceção de uma sala com uma luminária que parecia um par de calças gigantes.

Rua dos Manequins

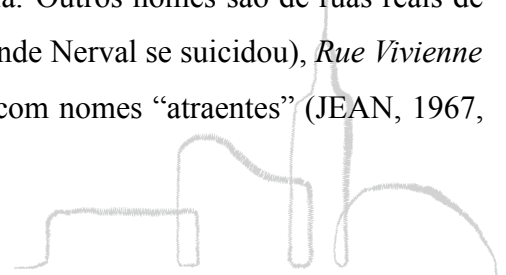
Ao entrar no prédio, logo após passar pelo *Táxi Chuvoso*, o espectador passava por um corredor com os 16 manequins femininos. Sabe-se que os manequins vieram da *Maison P.L.E.M.*, que os forneceu em troca de que tivesse uma placa que mencionasse isso. Esta placa estava logo no começo da exposição, perto do manequim de Jean Arp.

Este *environment*, também conhecido como “*Les plus belles rues de Paris*”, é descrito como 'longo corredor cujas sessões eram indicadas por placas, com nome de ruas [...]. De cada lado do corredor, os visitantes eram acolhidos por mulheres de cera, feitas e vestidas cada uma por um pintor.' (Alexandrian, 1976, p.159).

Segundo Altshuler (1998), o manequim é um emblema surrealista que veio das pinturas de Giorgio De Chirico (1888 - 1978), artista italiano que foi inspiração para grupo surrealista por alguns anos, mas que em determinado momento mudou o estilo de suas pinturas e foi considerado um traidor. A *Rua dos Manequins* é considerada por vários autores como 'o ponto culminante das pesquisas sobre o objeto surrealista' que começou como um projeto do grupo em 1932 (Kachur, 2003, p.78, tradução nossa).

Os manequins foram dispostos no corredor 'como prostitutas ao lado das portas da Rua St. Denis' (Sawin, 1995, p. 4) e cada um com objetos estranhos que expressavam as mulheres das fantasias de cada artista. Dos dezesseis manequins, quatro deles aparecem nus enquanto outros doze aparecem parcialmente vestidos ou com o corpo completamente encoberto. Uma característica comum entre os manequins é o uso de algum adorno na cabeça. Atrás deles havia pôsteres, convites, anúncios e fotografias fazendo referência a obras e escritos de anos anteriores.

Um mapa chamado *La Ville Surréaliste* foi publicado dentro do *Dictionnaire Abrégé du Surréalisme*. Nele podemos ver o nome de todas as ruas, que são associadas aos manequins. Alguns destes foram inventados como: *Rue de Tous les Diables*, *Rue Faible*, *Rue de la Transfusion de Sang*, *Rue d'une Perle*, *Rue aux Lèvres*, *Rue Cerise* e *Rua Albert Tison*, sendo esta última uma pessoa imaginária. Outros nomes são de ruas reais de Paris, como, por exemplo, as ruas históricas: *Rue de la Vieille-Lanterne* (onde Nerval se suicidou), *Rue Vivienne* (onde viveu Lautréamont) e *Rue Nicolas-Flamel*. Também haviam ruas com nomes “atraentes” (JEAN, 1967,



p.281) como *Porte des Lilas*, *Rue de La Glacière* e *Passage des Panoramas*. Esta última é uma rua comercial que se beneficiou de uma inovação do século XIX, as coberturas de ferro e vidro. Hoje conhecidas como galerias, estas ruas com claraboias de vidro, '[...] se estendiam por todo o comprimento do corredor, proporcionando um ambiente completamente fechado e visualmente estimulante para as compras' (Silva; Crescitelli; Alvarez, 2018, p. 44). Esta inovação atraiu observadores que iam até o local apenas para andar, sem a intenção de compra, o que ficou conhecido como *flâneur*. O ato de "flanar", ou seja, de andar de forma aleatória, sem um rumo específico, se relaciona com o surrealismo por ser um ato que lida com o acaso e era praticado com frequência pelos artistas surrealistas. André Breton escreve sobre esta prática no romance *Nadja* (1928).

Podemos concluir que a exposição não apenas reinventou o uso do espaço, mas também evidenciou o manequim como um emblema surrealista, ampliando o diálogo entre arte, moda e a cidade de Paris, evocando o flâneur e a experiência do acaso na prática surrealista. Altshuler (1998) ainda complementa que apesar da teatralidade deste *environment*, esta obra serviu para memorizar a mágica relação do Surrealismo com Paris, o que estava sendo essencial para o movimento desde o início. A seguir descrevemos o manequim feito por Salvador Dalí, o qual evidencia ainda mais a relação do movimento surrealista com a moda.

Manequim Salvador Dalí

O manequim de Dalí (Figura 1) foi adornado com várias colheres de chá distribuídas pelo corpo. No peito, há um ovo quebrado escorrendo, enquanto na cintura se encontra um cinto e um pequeno morcego. A única peça de roupa do manequim é um par de luvas longas que vão até o cotovelo, e nas costas, há um extenso papel que lembra uma capa. O principal adorno é um *chullo* peruano rosa choque na cabeça, criado por Elsa Schiaparelli (1890 - 1973). Sobre o *chullo*, Dalí acrescentou um chapéu em forma de cabeça de pássaro e um turbante, sobrecarregando o visual e acentuando o contraste com o corpo nu. A parceria entre o artista e Schiaparelli foi crucial para ambos, resultando em uma relação de influência mútua (Prudente, 2017a).

Há descrições de que ao lado do manequim havia uma mesa com a obra *lobster-telephone* com uma garrafa de licor e seis copos cheios e apenas um vazio. O conjunto do manequim com a mesa forma um *tableau*, ou seja, sugere uma cena.

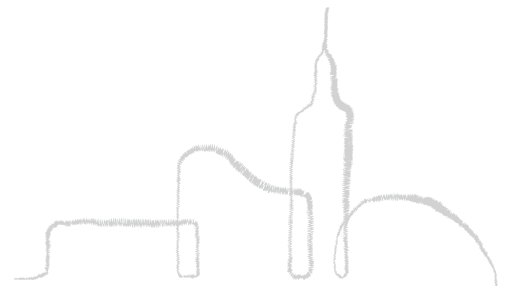


Figura 1 - Manequim de Salvador Dalí, 1938



Fonte: KACHUR, 2003, p. 58

O autor Lewis Kachur (2003, p. 97) cita algumas críticas da época: Jacques Lassaigue dizia que o surrealismo havia se tornado um *frisson*³ prazeroso para a burguesia. Outros críticos⁴ viam o surrealismo como "arte sem perigo" e que sua popularidade com a alta sociedade faria com que logo suas ideias fossem usadas por decoradores, publicitários, cabeleireiros e costureiros. O autor ainda complementa que este seria o ciclo de vida das vanguardas: 'ontem desconcertante, hoje agrada sem ser compreendido, amanhã será monopolizado, sem ser assimilado, pela moda e pela decoração comercial' (*Ibidem*, tradução nossa).

Algumas críticas ainda previam que os manequins surrealistas estariam nas vitrines das grandes lojas de departamentos dentro de alguns meses, mas na realidade foi uma questão de semanas. Kachur descreve que há relatos de duas vitrines de costureiros "pseudo-surrealistas", um com um esqueleto e outro com uma escultura de gesso com ornamentos estranhos. O autor ainda comenta 'Surrealismo e moda entrelaçados num piscar de olhos, quase indistinguíveis; uma variação do manequim de Dalí foi exibida enquanto o show acontecia nas proximidades' (Kachur, 2003, p. 98, tradução nossa).

³ "arrepio prazeroso" (tradução nossa).

⁴ O autor não cita o nome dos críticos em questão.

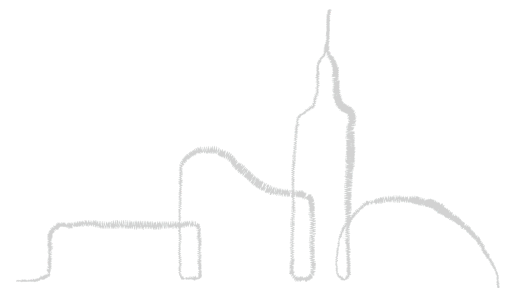


Figura 2 – Vitrine inspirada no manequim de Dalí, *Rue du Faubourg Saint-Honoré*, Paris, janeiro de 1938.



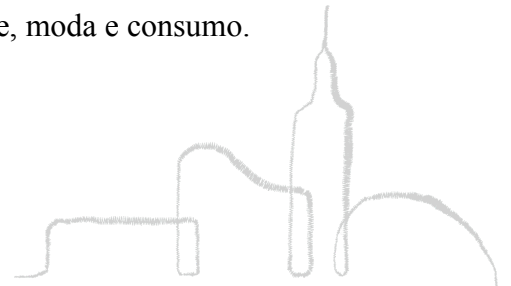
Fonte: Kachur, 2003, p. 58

Como podemos constatar na figura 2, foi feita uma releitura do manequim de Dalí para exibição em uma vitrine de loja⁵, que usa a mesma estética do corpo adornado com colheres de chá, além do turbante, o chapéu de pássaro e uma espécie de capa, que parece ser feita de tecido. Este manequim ainda veste um par de sapatos, que parece ser um oxford bicolor, e tem uma flor na cintura, que parece remeter ao manequim⁶ de André Masson, exibido na mesma Exposição Surrealista.

Ao ser reincorporado pela exposição comercial e moda, o manequim de Dalí demonstra como o Surrealismo, inicialmente provocativo e subversivo, rapidamente se torna um elemento de consumo e decoração, diluindo sua mensagem original. Esse processo evidencia o diálogo constante e ambíguo entre arte e mercado, onde as ideias surrealistas, inicialmente concebidas para desconstruir e desafiar normas, são apropriadas pelo contexto comercial, perdendo parte de sua radicalidade em favor de uma estética que agrada e seduz o público. A transformação dos manequins surrealistas em vitrines de lojas reflete o ciclo de absorção das vanguardas pela cultura de massa, reforçando a complexa relação entre arte, moda e consumo.

⁵ A loja em questão era a *Voilà*. A foto do arquivo do Centre Georges Pompidou, de Paris.

⁶ O manequim de André Masson tinha uma gaiola na cabeça, além de uma mordaca com uma flor na boca.



O Manequim na Moda e no Surrealismo

Para podermos analisar os manequins, é necessário antes entender o conceito de *objeto surrealista*. Esta espécie de escultura começou a ser feita depois de um sonho de André Breton, em 1924, em que ele havia encontrado um livro cujas páginas eram de lã preta amarrada com um gnomo Assírio de madeira. Ao acordar, o artista se sentiu motivado a construir tal objeto, e esta atividade se tornou comum na prática surrealista, ganhando uma denominação própria.

Segundo Hughes (1991, p. 243) o culto aos objetos evidencia um aspecto importante sobre o movimento: de que “o maravilhoso” (estado de quase excitação sexual que Breton chamou de “beleza compulsiva”) está disponível em qualquer lugar, escondida apenas atrás da pele da realidade. Inicialmente, os artistas desenvolveram os *objetos* com a intenção de contestar a utilidade dos objetos domésticos e o valor dos objetos de arte. Somente mais tarde estes tiveram seu significado relacionado ao maravilhoso.

A Beleza Convulsiva é frequentemente explicada com uma passagem da obra *Cantos de Maldoror*: 'É belo como [...] o encontro fortuito de uma máquina de costura e um guarda-chuva sobre uma mesa de dissecação!' (Lautréamont, 2015, p. 240). Hughes (1991) explica que esta é 'Uma beleza de estranheza nascida de encontros inesperados de palavras, sons, imagens, coisas, pessoas' (*Ibidem*, p. 221, tradução nossa).

Existem diversas categorias para classificar os objetos surrealistas, entre as mais importantes estão: objeto encontrado⁷; objeto natural⁸; objeto encontrado interpretado⁹; objeto poema¹⁰; objeto sonhado¹¹; objeto móvel¹², objeto de funcionamento simbólico¹³ e o ser-objeto. Este último foi criado por Salvador Dalí que o define como '[...] os corpos estranhos do espaço e onde se lhes dá como modelo a estátua do marechal Ney envolta em nevoeiro' (Alexandrian, 1973, p.154). No geral, são objetos que têm o aspecto humano, englobando assim os manequins da exposição.

Bill Brown (2006, p. 205) afirma que a exaltação modernista do manequim começou depois da publicação das fotografias de Eugène Atget de vitrines de lojas da *Avenue des Gobelins* em Paris para a revista *La Révolution Surréaliste* em 1926. Hughes (1991) e Altshuler (1998), porém, afirmam que o interesse surrealista pelos manequins se deu por conta da aparição desta figura nas obras de De Chirico, como citado anteriormente.

⁷ Os artistas compravam objetos nos *Marché aux Puces* que exerciam uma “atração do nunca visto”, ou seja, algum objeto que estivesse fora de moda e que geralmente não tinha uma utilidade evidente.

⁸ Objetos encontrados na natureza que podem, ou não, ser associados a outros objetos.

⁹ Um objeto do cotidiano, decorativo ou útil, transformado em um objeto estranho.

¹⁰ Objetos organizados em um quadro representando as palavras de um poema.

¹¹ “[...] um objeto humilde e familiar, ao qual, por capricho, se dá um aspecto sumptuoso” (Alexandrian, 1973, p. 152).

¹² Objetos com movimento, como, por exemplo, móveis.

¹³ Dalí define como “[...] objeto produzido por uma “perversão objetiva”, que exprime um desejo recalcado ou permite a satisfação compensadora da libido” (Alexandrian, 1973, p. 153).



O manequim do qual tratamos neste trabalho é um objeto criado para exposição de vestuário em lojas, com o objetivo de trazer mais realismo para uma proposta de composição de looks, mostrar o caimento dos tecidos e criar uma identificação com o público alvo. Sobre esta identificação, Demetresco (2007) descreve que não é necessário o corpo do manequim inteiro para que isso ocorra, mas basta apenas uma parte do manequim. 'A presença desta parte pelo todo (metonímia) faz com que o observador entre em conjunção comunicativa com o discurso da vitrina e sensibilize-se; (*Ibidem*, p. 117).

Suas origens são difíceis de serem definidas. A autora David (2018) discorre sobre o assunto e conclui que sua origem teria partido de bonecas femininas para crianças, além das pequenas figuras de corpos masculinos ou neutros, usadas para estudos de artistas. A autora ainda complementa que a palavra “*mannequin*” vem do holandês médio, *mannekijn*, ou “homenzinho.” (*Ibidem*, p. 7). A autora discute os significados deste termo:

Enquanto a língua inglesa possui termos específicos para diferenciar essas figuras diversas, a palavra francesa “*mannequin*” designa os manequins de artistas, alfaiates, costureiras, bem como o modelo vivo e profissional de moda. Pequenos manequins articulados de madeira, conhecidos como “*lay-figures*” em inglês, ainda ajudam artistas a desenhar e pintar, enquanto estudantes de moda e designers drapeiam e constroem roupas sobre “manequins de alfaiate” [...] à portas fechadas em seus estúdios, enquanto seus irmãos e irmãs mais visíveis animam cada boutique e loja de departamento na forma de manequins de vitrine em resina fundida. Finalmente, a palavra “*mannequin*” foi e ainda é usada para designar o modelo vivo de moda, aquela figura idealizada e frequentemente esquelética que desfila nas passarelas e percorre as telas das redes sociais. (*Ibidem*, p. 4, tradução nossa)

David aponta que a palavra “manequim” entrou no dicionário da *Académie Française* em 1694 e que, nessa época, manequins articulados em tamanho real já eram utilizados por pintores para evitar a exaustão de seus modelos vivos. Por volta de meados do século XVIII, os franceses se destacaram como os principais fabricantes de manequins de luxo em tamanho real, articulados e acolchoados, conhecidos como manequins *perfectionnés*. No entanto, foi apenas no século XIX que esses objetos migraram do estúdio do pintor para a oficina do alfaiate. Evidências sugerem que estes eram usados tanto para a confecção, quanto para a venda de roupas a partir do final da década de 1820 (*Ibidem*, p. 9), desempenhando uma função semelhante à anterior: poupar os clientes mais abastados de repetidas e longas visitas para provas de roupa, já que estes podiam bancar a confecção de um manequim personalizado com suas medidas.

Um exemplo dessa prática ocorreu com Elsa Schiaparelli por volta de 1937, quando a estilista precisou confeccionar figurinos para a atriz Mae West (1893-1980) para o filme hollywoodiano *Every Day's a Holiday* (A Vida é Uma Festa - 1937). Como Schiaparelli não poderia permanecer nos Estados Unidos para essa produção, a atriz foi até Paris para se reunir com a estilista, que mandou confeccionar um manequim sob medida do corpo de West para auxiliar na criação das peças. Schiaparelli ficou tão impressionada com a silhueta

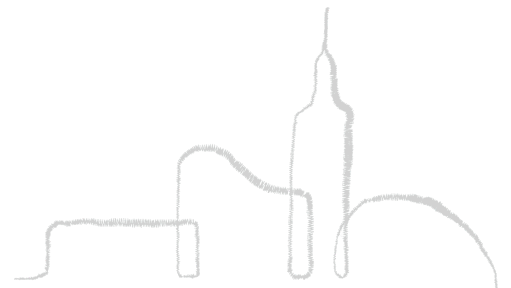
da atriz que lançou o perfume *Shocking*, cujo frasco foi desenhado pela artista Leonor Fini (1907-1996) e tinha o formato do corpo de Mae West. O nome do perfume inspirou posteriormente a cor "Rosa Choque", criada pela estilista.

É no final do século XIX que os manequins começam a aparecer nas montagens de encenações de vitrines, com o corpo de madeira ou metal forrados com um algodão grosso de tapeçaria, pé de ferro, e cabeça de *papier maché* (Demetresco, 2007, p. 119). Estes manequins tiveram grande sucesso na época, mas se mostraram muito frágeis para expor produtos na vitrine. Outra tentativa de criar um manequim mais realista foi mantendo o mesmo corpo, mas com rosto e membros de parafina, com olhos de vidro, cabelos de verdade e maquiagem natural. Estes, porém, apresentaram outro problema: derretiam no calor e trincavam no frio. No entanto, tinham uma imagem mais realista e era possível criar uma infinidade de posturas de braços e pernas diferentes. Demetresco (2007, p. 120) descreve que '[...] apesar de não terem sido duradouros, abriram um mercado novo de pesquisa e fabricação'. A autora ainda destaca que nos anos 1920, Arthur Fraser, em Chicago, se destacou criando figuras com *papier maché* e gesso, que eram tão realistas que '[...] as mulheres viam-se refletidas nessas imagens perfeitas' (*Ibidem*). Já nos anos 1930, houve um predomínio do manequim de gesso, que também era frágil e pesado. Estes foram muito utilizados na época, pois '[...] eram construídos fisicamente à semelhança dos modos propostos pela moda, silhuetas esguias e dengosas, com cabelos moldados, unhas pintadas e detalhes incrustados na própria figura [...]' (*Ibidem*, p. 121).

Por meio desta revisão histórica do surgimento e evolução dos manequins, podemos notar que entre os anos 1920 e 1930 houve um grande avanço na confecção destes objetos de forma realista, o que possivelmente chamou a atenção dos artistas surrealistas, que estavam fazendo suas pesquisas visuais em *objetos*.

No contexto surrealista, os manequins se transformam em veículos de expressão e transgressão dos limites entre o real e o imaginário, ganhando novos significados ao serem retirados de sua função original. Isso deu tanto na *Rua dos Manequins*, mas também no trabalho de Hans Bellmer (1902 - 1975) com sua obra *Die Puppe*¹⁴. Ambos exploravam essa capacidade de manipulação ao desconstruir a figura humana e/ou apresentar formas que desafiavam a lógica e a percepção tradicional da realidade. Bellmer ainda explorou estes conceitos mais além, uma vez que trabalhou continuamente na montagem e desmontagem desse corpo, além de apresentar sua obra 'com as suas partes separadas, levantando questões psicosssexuais e psicossociais sobre o sadomasoquismo, a pornografia e as fantasias masculinas de dominação e controle erótico' (Prudente, 2017b, p. 8).

¹⁴ Boneca articulada manipulada em várias versões e fotografada entre os anos 1933 e 1935.



Para Brown (2006), os surrealistas criam novos usos e significados a objetos, com a intenção de revelar sua Coisalidade¹⁵, ou seja, algo que excede a mera materialização e utilização deste objeto, revelando uma presença metafísica, uma '[...] magia pela qual os objetos se tornam valores, fetiches, ídolos, e totens' (*Idem*, 2001, p. 5, tradução nossa).

Também podemos relacionar a manipulação do corpo da boneca/manequim com a teoria de Freud sobre o Estranho¹⁶ e o Fetichismo. Ambos 'provém de algo familiar que foi reprimido' (Freud, 1925, p. 20). O conceito do Estranho surge da incerteza de um objeto ser vivo ou não, além de se relacionar com sentimentos reprimidos e no medo da castração. Este último também se relaciona ao fetichismo, que é exemplificado pelo autor a partir do fascínio pelo pé ou pelo sapato. Este sentimento surge do trauma do menino que descobre que a mãe não possui o falo: '[...] circunstância de o menino inquisitivo espiar os órgãos genitais da mulher a partir de baixo, das pernas para cima' (Freud, 1969, p. 182).

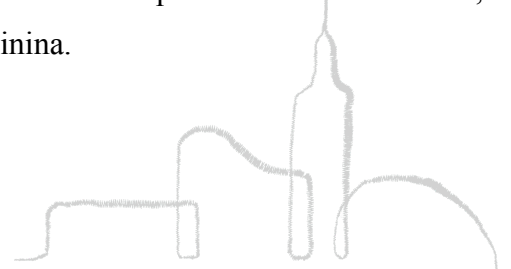
O conceito do *Duplo*, explorado pelo autor no ensaio sobre o Estranho, está relacionado à ideia de uma figura que representa uma cópia de si mesmo, que originalmente tinha uma conotação positiva: visto em reflexos, sombras ou mesmo em seres mitológicos, era interpretado como um guardião da alma, um reflexo da auto-preservação e uma forma de superar a morte. Com o desenvolvimento psíquico, o duplo deixou de ser um símbolo positivo e passou a ser associado a aspectos reprimidos do ego, surgindo como um representante do que é estranho e perturbador. O duplo se torna uma figura ameaçadora que reflete os impulsos reprimidos, desejos inconscientes e, principalmente, o medo da morte e da castração. Freud afirma que essa transformação ocorre porque o duplo começa a representar aquilo que foi negado ou reprimido pelo consciente, ressurgindo como algo indesejado e aterrorizante.

A partir dos conceitos apresentados podemos concluir que para o Surrealismo, assim como para a moda, o manequim simboliza a mulher como um objeto, construído e manipulado, violando as fronteiras entre o que é vivo e o que é inanimado, evocando os conceitos do duplo e do fetichismo. Na moda, o manequim tem uma função específica, tanto comercial (exposição de produtos), quanto simbólica, expressando o corpo "da moda" da época, ou seja, reafirmando estereótipos, além de criar uma identificação com o consumidor.

No entanto, os manequins, ao serem retirados de seu contexto comercial e colocados sob a ótica surrealista, tornam-se mais do que suportes para roupas com informações simbólicas; eles se transformam em potentes veículos artísticos que desafiam as convenções visuais e psicológicas da época, promovendo uma reimaginação do corpo humano e do que ele representa na arte e na vida cotidiana do ponto de vista masculino, perpetuando uma visão objetificada e muitas vezes misógina da figura feminina.

¹⁵Tradução nossa para a palavra *thingness*.

¹⁶ Do alemão *Unheimlich* e do inglês *uncanny*.



Considerações Finais

A análise dos manequins no contexto surrealista e na moda revela um diálogo entre arte e sociedade, onde o corpo feminino é frequentemente colocado como objeto de manipulação e exploração. No Surrealismo, o manequim transcende sua função comercial e se torna um meio de expressão artística, desafiando o real e evocando o imaginário através de intervenções que rompem com a lógica tradicional. No entanto, essa apropriação artística não está isenta de críticas, pois perpetua visões objetificadoras da mulher, refletindo fantasias masculinas de controle e desejo, como exemplificado nos trabalhos de Hans Bellmer e na *Rua dos Manequins*.

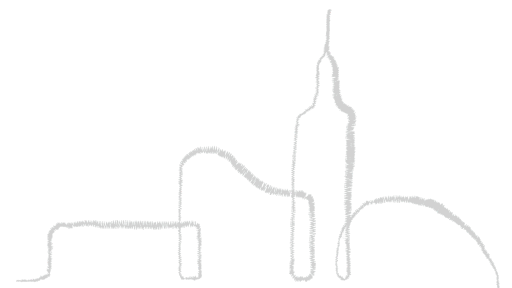
Ao serem integrados na arte surrealista, os manequins não apenas expressam os conceitos de Coisalidade, Fetichismo e o Estranho, mas também reconfiguram o espaço da exposição, criando *environments* que perturbam e seduzem o espectador. Essa manipulação dos objetos e espaços evidencia a capacidade do Surrealismo de desafiar as convenções e questionar a relação entre o sujeito e o objeto, entre o real e o imaginário.

A intersecção entre Moda e Arte evidenciada neste trabalho mostra como as práticas artísticas podem influenciar e ser influenciadas pelo contexto comercial. No caso do Surrealismo vimos que a criação dos *environments* coincidiu com a evolução do visual merchandising e do vitrinismo, o que pode ter inspirado na forma de expor suas obras. Além disso, os manequins, emprestados da moda, transformados pela arte e reinterpretados por vitrinistas refletem um ciclo de apropriação mútua onde as fronteiras entre arte, mercado e a experiência cotidiana se tornam nebulosas. Essa relação revela não apenas a capacidade da arte de comentar sobre a sociedade, mas também sua vulnerabilidade em ser absorvida e esvaziada de seu radicalismo quando inserida no contexto comercial.

Em suma, o estudo dos manequins na arte surrealista e na moda sublinha a complexidade dessa relação, destacando tanto suas potencialidades expressivas quanto suas limitações ideológicas. Ao explorar as tensões entre o corpo, o objeto e o espaço, os manequins se tornam símbolos poderosos da dinâmica entre liberdade criativa e a perpetuação de visões estereotipadas, ressaltando a necessidade de uma reflexão crítica sobre o papel do corpo feminino na arte e na sociedade.

Referências

ALEXANDRIAN, S. **O Surrealismo**, São Paulo: Verbo, USP, 1976.



ALTSHULER, B. **The Avant-Garde in Exhibition**: new art in the 20th century. Berkeley: Univ. of California, 1998.

BRETON, A. *et al.* **Dictionnaire Abrégé Du Surréalisme**, Firenze : L.S. Olschki, 1990.

_____, A. **Nadja**. Paris: Gallimard, 2011.

BROWN, B. **Thing Theory**. *Critical Inquiry* Vol. 28, Num. 1 2001, p. 1-22.

_____. **Reification, Reanimation, and the American Uncanny**. *Critical Inquiry* Vol. 23, 2006, p. 175-207.

DAVID, Alison Matthews. **Body Doubles**: The Origins of the Fashion Mannequin.” *Fashion Studies*, vol. 1, no. 1, 2018, pp. 1-46. Disponível em: <www.fashionstudies.ca/body-doubles/>. Acesso: 31/05/2024. <https://doi.org/10.38055/FS010107>.

DEMETRESCO, S. **Vitrina** : construção de encenações. 3^o ed. São Paulo : Editora Senac São Paulo, 2007.

FREUD, S. **O Estranho**, 1925. Disponível em:

<https://conteudos.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/02/ensaio-o-estranho_freud.pdf>. Acesso em: 28/03/17.

_____, S. **Fetichismo**. In Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas completas de Sigmund Freud Volume XXI (1927-1931). Rio de Janeiro : Imago Editora LTDA, 1969, p. 179-185.

HUGHES, R. **The Shock of the New** : Art and the Century of Change. New York, N.Y.: A. A. Knopf, 1991.

JEAN, M. **The History of Surrealist Painting**. Estados Unidos : Grove Press Inc, 1960.

KACHUR, L. **Displaying the Marvelous**: Marcel Duchamp, Salvador Dalí, and Surrealist Exhibition Installation. Massachusetts: MIT Press, 2003.

LAUTRÉAMONT, Comte de. **Cantos de Maldoror**: seguidos de poesias. 2. ed. Lisboa: Moraes, 1979,

O'DOHERTY, B. **No Interior do Cubo Branco: A Ideologia do Espaço da Arte**. São Paulo : Martins Fontes, 2002.

PRUDENTE, A. B. C. **A Exposição Internacional Surrealista de 1938 e o diálogo do Surrealismo com a Moda**. 2017a. Disponível em:

<https://anpap.org.br/anais/2017/PDF/HTCA/26encontro_PRUDENTE_Aline_Barbosa_da_Cruz.pdf>.

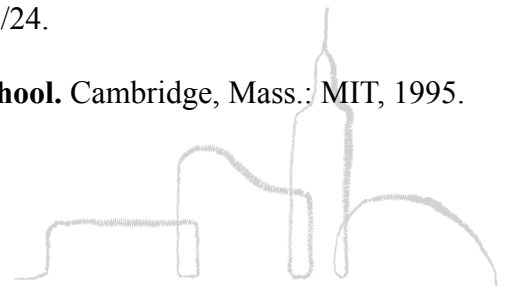
Acesso 31/05/2024

_____, A. B. C. . **O Desmembramento do Corpo no Surrealismo**: as bonecas de Hans Bellmer.

Revista do Colóquio, [S. l.], v. 7, n. 12, p. 30–41, 2017b. Disponível em:

<<https://periodicos.ufes.br/colartes/article/view/14637>>. Acesso em: 01/06/24.

SAWIN, M. **Surrealism in Exile and the Beginning of the New York School**. Cambridge, Mass.: MIT, 1995.



SILVA, J. E. V. B; CRESCITELLI, E; ALVAREZ, F. J. S. M. **Evolução da atmosfera de loja e suas contribuições na resignificação do visual merchandising de moda.** Projética, v. 9, n. 2, p. 39-54, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.5433/2236-2207.2018v9n2p39>>. Acesso em: 05/02/2024.

