

# Het surrealisme van Coca-Cola



DESIGN

28 nov 2013 @ 11:52

25037 x gelezen

Nu reageren

Edwin Visser

Packaging

In 1924 schreef André Breton het Surrealistisch Manifest en was daarmee de theoreticus van een nieuwe kunststroming. De Franse kliek van schrijvers, fotografen en schilders werd enkele jaren aangevuld met een Belg die uiteindelijk de bekendste surrealist zou worden.

Het was René Magritte (1898-1967) die zijn eerste surrealistische schilderij maakte in 1926, nadat hij onder de indruk was geraakt van het werk van Giorgio de Chirico. Magritte werkte eerst als patroontekenaar bij een behangfabriek en daarna als ontwerper van reclame affiches. Dit commerciële talent kwam hem goed van pas.

## Context

Zijn schilderijen hebben een technische perfectie met een fotografische precisie, die op gespannen voet leeft met de onwerkelijkheid van de voorstellingen. Waar Dali zich richtte op hallucinerende droomlandschappen, bleef Magritte dichter bij de ons bekende werkelijkheid. Maar door heel gewone dagelijkse dingen in een ongewone context te plaatsen en ze op een ongebruikelijk wijze te combineren verkreeg hij raadselachtige schilderijen die de toeschouwer aan het denken zet. De onwaarschijnlijke titels dragen daar aan bij.

## Kijk maar, dit is niet wat je ziet

De ongerijmde taferelen zetten vraagtekens bij de bekende wereld. Het verschil tussen illusie en realiteit wordt onderzocht en eigenlijk heft hij de strijdigheid van droom en werkelijkheid op. Magritte creëerde een onbekend ambigue universum, waarbij het kijken centraal staat. Ramen, spiegels en ogen spelen een cruciale rol. 'Kijk maar, dit is niet wat je ziet', lijken zijn schilderijen te zeggen. En vervolgens gaat het om de eigen interpretatie.

## Het bedrog van beelden

Het bekendste schilderij van Magritte over het waarnemen is 'Het bedrog van beelden', oftewel 'Ceci n'est pas une pipe'. Hij heeft er meerdere versies van gemaakt en het schilderij is vaak geciteerd. De perceptie van de realiteit wordt ter discussie gesteld. Noch het beeld, noch de woorden zijn een pijp. Het is enkel een schilderij, waarnaar gekeken moet worden.

## Dit is geen flesje Coca-Cola!

Op verpakkingen wordt vaker afgebeeld wat het niet is. Coca-Cola heeft nu op zijn blikje en beker een afbeelding van zijn unieke flesje staan, al bijna 100 jaar een herkenbaar design icoon. Zo wordt een standaard verpakking toch uniek. Het gaat om dezelfde cola, maar het refereert aan de authenticiteit van het origineel dat naast de blikverpakking ook verkrijgbaar is. Door deze afbeelding is de verpakking verleidelijker en smaakt het nog lekkerder.

Dit is geen flesje Coca-Cola!



René Magritte, Het bedrog van beelden, 1928-1929



Coca-Cola blikje



Coca-Cola beker

Like 0 Share

Tweeten 0

in Share

G+



## Edwin Visser

Werkt bij: SOGOOD

Functie: medeoprichter, directeur

Website: <http://www.sogooddesign.nl/>

Profiel »