



A FIGURA MASCULINA EM MAGRITTE: UMA INVESTIGAÇÃO ATRAVÉS DA MODA

THE MALE CHARACTER IN MAGRITTE: AN INVESTIGATION THROUGH FASHION

Thayna Alves Moraes (UFG)¹
Não Associada ANPAP

Ana Lúcia Beck (UFG)²
Associada ANPAP

RESUMO

A abordagem interdisciplinar entre as artes visuais e a moda é utilizada em nossa pesquisa cujo objeto de estudo é a produção pictórica de René Magritte, mais especificamente a figura masculina trajada com chapéu-coco, terno e sobretudo. Realizamos pesquisa bibliográfica e documental, com uso da metodologia comparatista, para compreendermos que a figura masculina, na maior parte da produção pictórica de Magritte, não se inscreve em termos cronológicos com relação à história do vestuário. A figura masculina de Magritte é uma elaboração atemporal que remete a um homem caracterizado de forma tradicional frente às classes trabalhadora e média europeias do início do século XX. Como iremos demonstrar, trata-se de um homem sem identidade definida, deslocado para ambientes surreais e desconectado do seu tempo histórico.

PALAVRAS-CHAVE

René Magritte. História da moda. Moda masculina. Chapéu-coco. Terno.

¹ Graduanda em Design de Moda na Universidade Federal de Goiás (UFG). Bolsista de Iniciação Científica do CNPq com orientação da Dra. Ana Lúcia Beck. Campus Samambaia, Goiânia, GO. E-mail: moraisathayna@gmail.com. Lattes ID: <http://lattes.cnpq.br/7097464286937170>

² Doutora em Literatura Comparada, Mestra em História, Teoria e Crítica da Arte e Bacharel em Artes Plásticas. Editora-Chefe da Revista Visualidades, membro da ABCA, AICA, ANPAP e ESCL/SELC. Professora no magistério superior na UFG atuante na graduação e no Programa de Pós-graduação em Arte e Cultura Visual (PPGAVC). Campus Samambaia, Goiânia, GO. E-mail: anabeck@ufg.br. Lattes ID: <http://lattes.cnpq.br/2375559417849078>



ABSTRACT

The interdisciplinary approach between the visual arts and fashion is used in our research whose object of study is the pictorial production of René Magritte, more specifically the male figure dressed in a bowler hat, suit and overcoat. We carried out bibliographic and documentary research, using comparative methodology to understand that the male figure, in the majority of Magritte's pictorial production, is not inscribed in chronological terms in relation to the history of clothing. Magritte's male figure is a timeless elaboration that refers to a man traditionally characterized by the European working and middle classes at the beginning of the 20th century. As we will demonstrate, he is a man without a defined identity, displaced into surreal environments and disconnected from his historical time.

KEYWORDS

René Magritte. Fashion history. Men's fashion. Bowler hat. Suit.

Introdução

Este trabalho apresenta resultados parciais da pesquisa de investigação de Iniciação Científica intitulada *O vestuário em René Magritte*. Trata-se de uma pesquisa de caráter interdisciplinar entre as Artes Visuais (História, Teoria e Crítica da Arte) e a História da Moda. O diálogo e a colaboração entre essas áreas do conhecimento nos permite investigar a obra de René Magritte (1898-1967) a partir das dimensões do vestuário e da história da moda, localizando as representações do vestuário presentes nesta produção, bem como identificando as relações históricas e culturais estabelecidas com o seu tempo histórico.

A pesquisa realizada é qualitativa, de natureza teórica e com finalidade explicativa e descritiva. Os procedimentos adotados foram o levantamento documental e bibliográfico, visto que operamos com fontes primárias (obras do artista, entrevistas, fotografias e imagens do vestuário) e secundárias (revisão bibliográfica sobre a produção de Magritte e história da moda). Utilizamos a metodologia comparatista¹ a fim de comparar produções pictóricas nas quais a figura masculina é destaque com uma seleção de imagens da história da moda masculina do século XX. Princípios por constituirmos um acervo significativo de imagens da produção do artista e da história da moda que, contrastadas entre si, esclarecem sobre afinidades e contrastes, continuidades e descontinuidades entre a história da moda e a produção pictórica do artista.



Neste artigo, consideramos a presença e a caracterização da figura masculina em Magritte, observando seu vestuário predominante composto por terno, sobretudo e chapéu-coco. Além de contribuir para a fortuna crítica sobre a produção de artista, consideramos em que medida informações de moda foram utilizadas pelo artista para elaborar essa figura que é recorrente em sua produção pictórica. Em nosso desenvolvimento, iremos, portanto, articular entre si informações sobre a produção de Magritte e dados sobre a história da moda. Quanto a esta, devemos considerar que o vestuário ocidental, após o século XIV, assumiu um sistema de alterações constantes, tornando-se meio de diferenciação e uniformização social hoje designado pelo uso do termo *moda*. Nos interessam as conexões entre a história da moda e as artes visuais nas dimensões das construções sociais e iconográficas específicas e gerais. A respeito dessas trocas entre áreas, Cacilda Costa elucida:

Ao tentar acompanhar o desenrolar de um processo em que o vestuário evolui de elemento suplementar a protagonista, fica evidente que existem, paralelamente, uma história do vestuário e outra de como ele foi usado, interpretado e transformado pelos artistas em diferentes contextos. [...] Dentro da vastidão da arte, esse veio (vestuário) constitui apenas um entre muitos, mas dadas suas relações com o corpo, a identidade, o poder e sexualidade, tanto a indumentária como adereços e seus desdobramentos são tão instigantes que poucos mestres, do passado ou contemporâneos, ficaram imunes ao seu extraordinário fascínio (Costa, 2009, p. 8).

Já o artista René François Ghislain Magritte é considerado um dos expoentes do surrealismo; entretanto, não era fiel ao movimento. Os ditames de André Breton (1896-1966), o onírico de Salvador Dalí (1904-1989) e o automatismo de Max Ernst (1891-1976) não fazem parte de sua produção. Magritte conferia poder ao pensamento consciente ao manipular o visível e o invisível, ao materializar a imaginação livre sobre espaços, objetos, corpos e palavras. Para Marcel Paquet (1947-2014), o artista não pintava necessariamente assuntos, mas ideias associadas, contrastadas e significativas que constituíam imagens poéticas. Porque Magritte se esforçou para criar algo para *ser pensado*, cabe ao observador meditar sobre os mistérios daquilo que vê, ainda que correndo o risco de perder-se no que mira (Paquet, 1995).



O homem em Magritte e os homens na moda

Fred Robinson (1942) é um autor que, ao se debruçar sobre a história e iconografia do chapéu-coco, considera a figura masculina em Magritte e afirma que se trata de uma figura da moda, enumerando as repetições de sua ocorrência: pelo menos 25 vezes, sendo 4 entre 1926 e 1929 e 21 entre 1948 e 1955 (Robinson, 1993, p.125). Há ainda várias ocorrências na década de 1960, até um ano antes da morte do artista em 1967. Robinson destaca também o trabalho de René como ilustrador de moda para a casa de moda belga *Norine* durante os anos de 1924 a 1927 (Robinson, 1993, p.125). Peter Wollen (1938-2019), por sua vez, acrescenta que vários recursos compositivos presentes na obra do artista são introduzidos nos *fashion plates* (ilustrações de moda para catálogos) produzidos para a *Norine*, tais como a imagem situada dentro de outra imagem, as cortinas de palco emoldurando cenas e os manequins que se parecem com bilboquês (brinquedo de corda com esfera de encaixe) (Wollen, 2004, p. 139).

Em 1926, Magritte é contratado pela *Maison Samuel*, uma companhia belga de pelagem, e suas ilustrações passam a ser mais realistas (Wollen, 2004, p.139). A figura central na Imagem 1, por exemplo, faz parte do catálogo de 1928 que Magritte realizou em conjunto com Paul Nougé (1895-1967). Nesta, vemos dois manequins-bilboquês² cobertos por sobretudos de pelos; são modelos com silhuetas retas, punhos e golas almofadadas e padrões verticais. Apesar de “vestirem” os manequins, as mangas são retas e afastadas do corpo, lembrando uma visão planificada das peças. Há duas pontas de cachecóis flutuantes que escapam pelas partes superior e lateral da cena. Trata-se de uma ilustração surreal, discordante dos *fashion plates* tradicionais, como pode ser visto no exemplo da extrema direita na Imagem 1. Produzido pela *Thornton's Art Fashions*, vemos trajes do catálogo de primavera de 1928: num local com construções e vegetação, três homens vestem sobretudos complementados por calças tubulares vincadas à frente e, possivelmente, sapatos oxford. Os da frente calçam luvas, camisas de colarinho branco e gravatas finas; um deles leva bengala e os sobretudos são um pouco diferentes; um é mais justo e parece texturizado (homem à esquerda), enquanto o outro veste uma peça mais lisa e solta. Os corpos, o espaço e as próprias peças



retratadas em ambas ilustrações são díspares entre si, mas servem a um mesmo propósito: o anúncio de roupas.

Regressando para a origem do homem de chapéu-coco em Magritte, atentemos para sua segunda aparição relevante, à esquerda na Imagem 1; nela temos as visões frontal e posterior da figura. *O significado da noite* (1927) apresenta dois homens trajando sobretudo e chapéus-coco idênticos, calças e sapatos pretos. O da frente tem os olhos fechados, pele pálida, mãos nos bolsos e está posicionado diagonalmente ao personagem de costas; também veste uma camisa branca de colarinho alto, gravata preta fina e sobretudo simples de fechamento com botões centrais. Sobre o segundo personagem, vemos somente as roupas e o cabelo castanho baixo e liso, características que se repetem na produção do artista. Ao compararmos esses homens com os do *fashion plate* da mesma Imagem 1, as similaridades são evidentes: as roupas, sapatos e o chapéu, a silhueta reta que o sobretudo confere aos corpos, além dos aspectos expressivos da vestimenta serem semelhantes. Visualmente, as peças parecem sólidas: são delineadas, preenchidas e sombreadas; possuem aspecto realista, características que as ilustrações de moda tradicionais mantêm.



Imagem 1. Paralelo entre obra de Magritte, ilustração de moda feita por ele e outro *fashion plate* criados na mesma época. Da esquerda para a direita: MAGRITTE, René. *The Meaning of Night* (O Significado da Noite). 1927. Óleo sobre tela, 138.4 × 105.4 cm. © C. Herscovici, London / Artists Rights Society (ARS), Nova York. Acervo do Menil. Fonte: <https://www.menil.org/collection/objects/2297-the-meaning-of-night-le-sens-de-la-nuit> Ao centro:



Modelo *Fairy* - *Pour l'année* 1928, Maison Samuel. Acervo do Invaluable. Fonte: <https://www.invaluable.com/auction-lot/pour-lannee-1928-la-maison-samuel-nous-presente-q-250-c-97249afa32> À Direita: *Fashion plate*: Primavera 1928, Thornton's Art Fashion. Acervo do MET. Fonte: <https://libmma.contentdm.oclc.org/digital/collection/p15324coll12/id/8960/rec/20>

Nos dediquemos agora ao desenvolvimento do vestuário masculino que converge e ultrapassa o traje presente na Imagem 1. Do início do século XIX até meados do XX, a alfaiataria foi dominante no vestuário masculino mais formal. Como Hollander afirma, a diferença da moda masculina em comparação com a moda feminina é a estabilidade: novidades no desenvolvimento da moda masculina foram surgindo mais consistentemente e isso pode ter dado a impressão de não ter havido maior variação (Hollander, 1996, p.38). Os adornos de cabeça masculinos foram indicadores sociais importantes até a década de 1960 para americanos e europeus. Desde o século anterior, chapéus eram peças adequadas para ambientes sociais externos e internos, tornando-se elemento de etiqueta. Em meio à instabilidade das classes tradicionais na modernidade, os itens de moda faziam parte do consumo que confundia esses limites (Clark, 1983, p. 47 *apud* Robinson, 1993, p.40); além de “reivindicar e manter o status social” quando determinado modelo era associado a algum estrato específico (Crane, 2006, p. 167). Por serem mais acessíveis que as roupas e devido ao encargo masculino em demonstrar o status de sua família, os chapéus e bonés foram essenciais para a diferenciação social em todas as camadas sociais. Durante o século XIX, os hábitos ingleses dos estratos mais altos ainda ditavam as alterações da moda masculina, estabelecendo diferenças de classe. Logo no início do período, várias mudanças ocorreram, tais como a popularização das calças compridas e soltas nas pernas, em detrimento das curtas e justas; os coletes elegantes foram substituídos pelos de tecido semelhante na calça e no paletó formando o terno; o *plastron* — espécie de lenço usado ao redor do pescoço com amarrações variadas, como uma gravata — que deu lugar para as gravatas rígidas e finas; e os mantos ou capas, usados para proteção contra as variações climáticas que foram substituídas por sobretudos (Kohler, 1930, p. 417). Houve uma adaptação das peças que eram mais usadas no campo e nos esportes para os ambientes urbanos e, ao longo desta época, homens de todas as classes da Inglaterra, França e Estados Unidos compartilham do hábito de vestir casacos e calças ainda que com feitura e matéria-prima distintas³ (Crane, 2006, p. 71).



O chapéu-coco — em inglês *bowler hat*, *cape* ou *derby* (EUA) — tem origem numa encomenda para uso no campo. Foi criado pela Mrs. Lock, uma empresa de chapéus inglesa, para o proprietário de terras William Coke II em 1850. De *design* simples, simétrico e com o formato da cabeça, tinha estrutura resistente feita de feltro, sendo ideal para o trabalho de couteiros e caçadores; entretanto, logo a classe alta começou a utilizá-lo para os esportes, como cricket e futebol (Robinson, 1993, p. 18). Na década seguinte, seu uso foi disseminado pelas cidades para as classes média e trabalhadora tornando-se um chapéu urbano usado por diversos profissionais (Crane, 2006, p. 171; Robinson, 1993, p.15). Robinson destaca, entretanto, que o acessório foi disseminado entre trabalhadores e funcionários domésticos antes de se tornar um item londrino. Compartilhado por esses homens, o *bowler* conferia dignidade, sobriedade e respeitabilidade para o mundo moderno e provocava um efeito massificador nas cidades (Robinson, 1993, p.30), como pode ser visto na Imagem 2. Ainda de acordo com o autor, estudiosos como Walter Benjamin, Friedrich Engels e T. J. Clark apontam problemáticas dessa massificação: o amortecimento devido à falta de consciência do coletivo e a falta de identidade individual. Comportamentos de se unir, se vestir igual e, principalmente, os de observar e estar absortos no que veem, formavam o que chamavam de *badauds*, em francês *gapers* ou *gawkers* no inglês. Trata-se de “descompromissados observadores da vida moderna”, “de olhar nivelado e não envolvido” e que “perdem a si mesmos nas multidões” (Robinson, 2004, p. 49).



Imagem 2. Homens trajando terno e chapéu-coco na cidade e opções de trajes na década de 1910.
À esquerda: WOODLEY, A. Visitantes na Ponte de Londres, cerca de 1905. Fonte: ROBINSON,



1993, p. 51. À direita: *Fashion Plate: Primavera/verão 1914. Gentleman's Tailor*. Acervo do MET.
Fonte: <https://libmma.contentdm.oclc.org/digital/collection/p15324coll12/id/8951>

No decorrer do século XX, o movimento de simplificação e uniformização do vestuário foi acompanhado, ou motivado, pelas novas expectativas de gênero e de masculinidade. As incumbências de racionalidade, disciplina e trabalho poderiam ser demonstradas pela simplicidade e sobriedade do terno, em contraposição às flutuações e superficialidades do vestuário feminino. A complexidade e variedade das peças masculinas de séculos anteriores foram sendo substituídas pelo traje comum composto por calça, paletó e colete de mesmo tecido. Já em finais do século XIX, a industrialização e o refinamento dos processos de confecção permitiram maior padronização e maior acesso pelas classes médias e trabalhadoras (Honeyman, 2002, 428).

Quanto ao *bowler hat*, Boucher afirma que somente em 1918 este se tornou um item formal (Boucher, 1975, p.402). O fluxo de elegância tornou o chapéu, acompanhado de trajes compostos por ternos, um item de moda relevante e cada vez mais associado à classe média: “o estereótipo do *Homem de Chapéu-coco* já estava bem presente nas revistas de moda na época em que Magritte, na Bélgica, começou a retratá-lo, em 1926” (Robinson, 1993, p. 89, tradução nossa⁴). No campo cultural, é notável o papel das produções artísticas e de entretenimento que fortaleceram a imagem deste acessório como característico da modernidade, podendo marcar discursos, inconscientes ou não na figura masculina de Magritte, como as performances de Charles Chaplin ou os personagens do cineasta Samuel Beckett. Entretanto, com o decorrer dos anos 30, o chapéu-coco perdeu lugar para outros modelos de chapéus e bonés se tornando um item deslocado e dramático, possivelmente significando que seus usuários estavam alheios aos horrores do presente (Brenchley, 1934, p. 256 *apud* Robinson, 1993, p.168).

Durante o entreguerras, o terno tornou-se vestimenta tanto para ocupações profissionais quanto para o lazer, tornando-se onipresente nas décadas de 1920 e 1930 (Honeyman, 2002, p. 427). Apesar das bases permanecerem, é possível observar uma multiplicidade de modelos, materiais e cores nas roupas, sapatos e acessórios masculinos em fotografias e catálogos de época (Imagens 3 e 4); a



atualização das tendências não se limitava à moda feminina. Gradativamente, o colete foi perdendo sua obrigatoriedade na composição do terno, restando a calça e seu complemento, o paletó. Além disso, peças usadas em atividades esportivas e ocupações fisicamente desgastantes foram adaptadas para modelagens mais casuais e cômodas, diversificando o guarda-roupa masculino (Hollander, 2016, p. 136).



Imagem 3. Diversidade de modelos de chapéus e sobretudos nas décadas de 1920 e 1930. À esquerda: Homens em pé no campo, cerca de 1920-1930. Acervo JSTOR. Fonte: <https://www.jstor.org/stable/community.27110403> À direita: Newhall, Nancy. Homens no cais, 1936. Acervo do Museu George Eastman. Fonte: <https://collections.eastman.org/objects/336751/men-on-lunch-wharf?ctx=45cc5b18-b998-44ee-9433-b18ce59a1583&idx=80>

Após a Segunda Guerra Mundial, as roupas mais casuais e esportivas foram se tornando mais populares, sendo o terno reservado para ocasiões especiais (Honeyman, 2002, p. 427). Sua utilidade uniformizante foi se dispersando em meio às inserções de auto-expressão e casualidade no vestuário, como se observa na Imagem 4. Para Boucher, no pós-guerra, o chapéu-coco praticamente desapareceu (Boucher, 1975, p. 444). Em contraste, Robinson o localiza: “[...] usado quase exclusivamente por homens na cidade de Londres, ou por homens londrinos que desejavam que os outros pensassem que trabalhavam no setor bancário ou comercial, ou seja, no centro das coisas britânicas” (Robinson, 2004, p. 166, tradução nossa⁵). Desconectado da moda vigente, sendo parte de um modo de vestir com caráter histórico, o chapéu-coco pôde transitar por várias circunstâncias. Assim, Robinson conclui que o chapéu-coco tem a capacidade de transcender o passado, de resgatar e superá-lo, tornando-se “leve” e quase livre do peso histórico da moda (Robinson, 1993, p. 174).



No caminho para a pós-modernidade, a diversidade estilística alinhada à mídia e posicionamentos contraculturais transformaram a moda enquanto esfera de consumo majoritária das elites em consumo mais individual e plural. O terno manteve sua função em atividades profissionais e ocasiões específicas, podendo até ser considerado *fashionista*, como vemos no terno concebido por Pierre Cardin em 1960 (Imagem 4 à direita), mas não mais dominou o vestuário masculino.



Imagem 4. Variedade de ternos entre as décadas de 1940 e 1960 e contraste deste com opções menos formais. À esquerda: Fashion plate: 1940-1941. Catálogo não identificado. Acervo do MET. Fonte: <https://digitalcollections.nypl.org/items/510d47dd-ffa1-a3d9-e040-e00a18064a99> Ao centro: Homens conversando em frente à Biblioteca Miller, cerca de 1950. Acervo Colby College Special Collections. Fonte: <https://www.jstor.org/stable/community.2074299> À direita: Conjunto de lã do designer Pierre Cardin, 1960. Acervo do MET. Fonte: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/108573>

Uma vez recuperado e situado historicamente o uso dos elementos do vestuário masculino característicos da figura masculina em Magritte através do referencial imagético e bibliográfico, voltaremos à investigação de suas obras. As figuras masculinas que aparecem na produção do artista são bem similares entre si: trazem chapéu arredondado de abas curtas e silhueta reta e imóvel marcada pelo uso do sobretudo, das calças retas e longas, dos sapatos lustrosos de couro.



Imagem 5. Grupos de homens nas obras de Magritte durante a década de 1950.

À esquerda: MAGRITTE, René. *Golconda*. 1953. Óleo sobre tela, 80 x 100.3 cm. © C. Herscovici / Artists Rights Society (ARS), Nova Iorque. Acervo do Menil. Fonte: <https://www.menil.org/collection/objects/4901-golconda>

À direita: MAGRITTE, René. *Le mois des vendanges* (O mês da vindima). 1959. Óleo sobre tela, 127.6 x 160 cm. Coleção privada de Claude Hersaint, Paris. Acervo Christie's. Fonte: <https://www.christies.com/en/lot/lot-6309294>

Em *Golconda* e *O Mês da Vindima* (Imagem 5), as figuras masculinas vestem-se de forma praticamente idêntica. Dominam os céus tendo distribuição espacial distinta: na primeira estão espaçados numa rede mais ou menos organizada por todo o espaço e, na segunda, estão amontoados a “obstruir hermeticamente a vista fora da janela, adquirindo assim uma expressão quase assustadora apesar da sua passividade” (Paquet, 1995, p.85). Tais figuras formam uma multidão anônima e apática, como os *badauds* citados anteriormente. A respeito da primeira obra, o artista afirma:

Há aqui uma multidão de homens, homens diferentes. Quando pensamos numa multidão, contudo, não pensamos num indivíduo; do mesmo modo, estes homens estão vestidos de igual, tão simplesmente quanto possível, para sugerirem uma multidão... *Golconda* foi uma rica cidade da Índia, uma maravilha. Acho uma maravilha poder caminhar pelo céu na terra. Por outro lado, o chapéu-coco não constitui surpresa – é um artigo de complemento, nada original. O homem de chapéu-coco é o Sr. Normal, no seu anonimato. Eu também uso um; não tenho vontade de me destacar das massas (Magritte *apud* Paquet, 1995, p. 84)

Confrontado com a história da moda, o depoimento do artista parece deslocado. Durante a época de produção da obra, os homens ainda vestiam terno e sobretudo, mas não tão massivamente quanto no início do século. Nesse caso, frente à história



da moda, o chapéu-coco é o elemento mais incongruente: londrinos ainda o usavam, restringindo-o à imagem do homem de negócios, mas o homem continental comum não mais. É interessante que o próprio Magritte se vestia como os homens que representava, talvez numa tentativa de se afirmar como sendo invisível em sua vida burguesa ordinária em Bruxelas (Gablik, 1985, p.154 *apud* Robinson, 1993, p. 140). Contudo, a persistência com que manteve esse item de vestuário o tornou o próprio “homem de chapéu-coco” (Wollen, 2004, p.128), um sujeito tradicional que não seguia modismos.

Tanto Robinson quanto Wollen tratam o uso deste chapéu como um complexo semântico, não como algo reduzido a símbolo da classe média. O primeiro o julga objeto que comunica modernidade, moda e mistério: emprestado dos séculos XIX e XX, é contextualizado nas criações surreais de Magritte, adquirindo poderes secretos (Robinson, 1993, p. 127). O homem seria o contato do mundo exterior com o surreal do próprio pensamento. Trata-se de uma troca simultânea entre o misterioso e o banal, de forma a trazer o primeiro para a realidade e posicionar o homem, intacto, com o estranho (Robinson, 1993, p. 133). O autor acrescenta que essas figuras masculinas são “homem-objetos”, manequins burgueses “extraídos de publicidades de moda” (Robinson, 1993, p. 125 e 134). A desconexão entre a figura masculina de Magritte e seu tempo histórico na moda também se verifica nos outros sentidos atribuídos a esses homens:

Na década de 1950, esse imperturbável uniforme do homem com chapéu-coco foi tema de muitas caricaturas da *New Yorker*. [...] É interessante refletir sobre a persistência desse traje durante a época em que o homem de chapéu-coco, seja pintado por Magritte ou ridicularizado em caricaturas, se tornou um estereótipo cômico de respeitabilidade reduzido ao conformismo. As roupas da cidade de Londres não tinham mais a energia do moderno; já havia se tornado sinal de algo passado, quase uma paródia de traje (Robinson, 1993, p. 166, tradução nossa⁶).

Por outro lado, Wollen defende que o chapéu-coco carrega um significado cultural polivalente alimentado por cinco fontes discursivas: a ficção de detetives, as performances cinematográficas, o purismo, a moda e o patriarcado. A primeira é o apreço pela tradicional imagem dos detetives com seus chapéus-coco: Magritte seria fascinado pelas histórias de mistério policial, tanto literárias, quanto televisivas. No



cinema, também a imagem *chaplinesca* foi muito difundida. Wollen afirma que, se há uma relação direta entre Chaplin e os homens de Magritte, talvez se trate da silhueta de costas, mesmo que em Magritte ela seja fixa e em Chaplin dramática e instável. O terceiro argumento diz respeito às influências puristas, principalmente de Le Corbusier: Magritte confere espaço para itens comuns como sapatos, guizos, velas, cachimbos e “talvez o princípio principal do purismo fosse a sua insistência em que os objetos fabricados do cotidiano eram o tema adequado para a arte moderna, mas na verdade eram objetos estéticos por direito próprio” (Wollen, 2004, p. 136, tradução nossa⁷). A experiência de Magritte como ilustrador de moda também deve ter contribuído para sua visão do chapéu como item comercial e de design interessantes, como tendência de moda na década de 1920. Wollen sugere que a forma do chapéu encaixa perfeitamente na cabeça do manequim e do bilboquê (Wollen, 2004, p. 140). Por fim, há o legado familiar: os pais de Magritte, Léopold e Régina, eram respectivamente um alfaiate e uma modista. O hábito de usar e passar o chapéu para os filhos, como por merecimento, tem traços patriarcais; o que também seria o caso em artistas que viveram em contextos familiares semelhantes como Beckett, Laurence Lowry e Hergé que também conferiam evidência para o artigo em suas produções.



Imagem 6. Obras de Magritte da década de 1960 nas quais a figura masculina trajando terno, sobretudo e chapéu-coco estão presentes. À esquerda: Magritte, René. *The Infinite Recognition* (*O Reconhecimento Infinito*), 1963. Fonte: <https://www.wikiart.org/en/rene-magritte/the-infinite-recognition-1963> Ao centro: Magritte, René. *The Man in the Bowler Hat* (*O Homem de Chapéu-coco*), 1964. Óleo sobre tela, 70 x 50 cm. Fonte: https://arthive.com/sl/renemagritte/works/333469~The_man_in_the_bowler_hat À direita: Magritte, René. *The Pilgrim* (*O Peregrino*) 1966. Óleo sobre tela, 81 x 65 cm. Fonte: <https://www.wikiart.org/en/rene-magritte/the-pilgrim-1966>



Assim, a figura masculina de Magritte carrega vários sentidos possíveis que serão enfatizados ou não pelo contexto geral das imagens em que aparece, questão a ser aprofundada em estudos posteriores. Porém, é inegável que a forma como Magritte traja essa figura emblemática em sua produção possui profunda conexão com a história da moda. Figura deslocada com relação aos modismos da época de produção pictórica de Magritte, suas vestes marcam a caracterização da tradição do homem comum e certo conservadorismo de costumes. Seja presente na multidão do início do século XX, sem identidade particular e amortecido com relação aos modismos, seja esse o homem de classe média britânico estereotipado na sua marcação de classe social média. De qualquer maneira, com exceção das obras da década de 1920, quando esse traje estava em voga, a caracterização da figura masculina em Magritte é desconectada de seu tempo. Enquanto o vestuário se torna mais individual e casual, o homem de Magritte permanece preso a uma moda anterior, de classe e uniformizante. Sua identidade não parece ser relevante, o que é reforçado tanto pela uniformidade das roupas, quanto pelo difícil acesso a suas características fisionômicas, tal como ocorre em *O Reconhecimento Infinito*, *O Homem de Chapéu-coco* e *O Peregrino* (Imagem 6). Se considerarmos as semelhanças com a história da moda, podemos afirmar que o homem de Magritte é um personagem do fim do século XIX e início do século XX, pertencentes às classes trabalhadora e média europeias. Esse homem talvez trabalhe com negócios, e a impecabilidade e tradição de seu modo de vestir marcam sobriedade, respeitabilidade e conservadorismo. Trata-se de um homem tradicional com trajes que traduzem certa formalidade e que ainda carrega as expectativas do início do século anterior: é austero, produtivo no trabalho e confiável.

Considerações finais

Ao compararmos as figuras masculinas de Magritte com o desenvolvimento temporal da moda, percebemos a permanência do homem de terno, sobretudo e chapéu-coco enquanto caracterização que contrasta com a crescente pluralidade e informalidade que marcaram a moda masculina no século XX. A experiência em moda, o apreço



pela figura dos detetives, o efeito dos costumes patriarcais, as atitudes puristas e as trocas entre o ordinário e o surreal podem ter orientado tal caracterização. Porém, é inegável que há um conteúdo relevante da história da moda que nos fornece pistas para pensarmos com maior propriedade sobre o contraste entre essa figura e as situações, paisagens e ambientes nas quais Magritte as apresenta.

Referências

BECK, Ana Lúcia. TEMPO DA ESCRITA, LUGAR DO PENSAR. In: Colóquio Internacional Sul de Literatura Comparada, V., 2012, Porto Alegre. **Anais eletrônicos** [...]. Porto Alegre: Editora do Instituto de Letras UFRGS, 2012. Disponível em: <http://www.livros.com.br/Vcoloquio/artigos.html>. Acesso em: 26 abr. 2024.

BOUCHER, François. **20,000 Years of Fashion: The History of Costume and Personal Adornment**. Nova York: Harry N. Abrams, 1975.

BOUCHER, François. **História do vestuário no Ocidente**. São Paulo: Cosac & Naify, 2010.

COSTA, Cacilda Teixeira da. **Roupa de Artista: o vestuário na obra de arte**. São Paulo: EDUSP, 2009.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

HOLLANDER, Anne. **Fabric of Vision: Dress and Drapery in Painting**. Nova York: Bloomsbury Visual Arts, 2016.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

HONEYMAN, Katrina. Following Suit: Men, Masculinity and Gendered Practices in the Clothing Trade in Leeds, England, 1890–1940. In: **Gender & History**, Nova Jersey, vol. 14, p. 426-446, 2002. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-0424.00276>. Acesso em 30 mar. 2024.

KOHLER, Carl. **A History of Costume**. Nova York: G. Howard Watt, 1930.

PAQUET, Marcel. **René Magritte (1898-1967): o pensamento tornado visível**. Tradução: Lucília Filipe. Köln: Taschen, 1995.

ROBINSON, Fred Miller. **The Man in the Bowler Hat: His History and Iconography**. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 1993.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010. Edição Kindle.

WOLLEN, Peter. **Paris Manhattan: Writings on art**. Nova York: Verso, 2004



Notas

¹ Comparar vai além de localizarmos semelhanças e diferenças temporais, diz respeito aos movimentos não lineares traçados entre texto e leitor que os coloca em universos simultâneos de errância: círculos e ziguezagues (BECK, 2012)

² O artista cria uma espécie de manequim com cabeça e pernas de bilboquê.

³ Diana Crane faz reflexões interessantes sobre a “difusão” e “democratização” da moda por meio de estudos anteriores de acervos das classes trabalhadoras, bem como do acesso ao trabalho e à remuneração.

⁴ No original: “The stereotype of the Man in the Bowler Hat was well in place in fashion magazines by the time Magritte, in Belgium, began to depict it in 1926”.

⁵ No original: “[...] the bowler was worn for dress almost exclusively by men in the City of London, or by London men who wished others to think they were in banking or trade, that is, at the heart of things British”.

⁶ No original: “In the Fifties this unflappably uniform bowler-hatted man was the subject of many New Yorker cartoons. [...] It is interesting to reflect on the persistence of this dress during the time when the bowler-hatted man, whether painted by Magritte or mocked in cartoons, had become a comic stereotype of respectability shrunk to conformity. City of London dress no longer had the energy of the modern; it had already become the sign of something past, almost a parody dress”.

⁷ No original: “Perhaps the primary tenet of purism was its insistence that everyday manufactured objects were the proper subject for modern art - and indeed were aesthetic objects in their own right”.