

Narrativas da modernidade: design editorial e cultura visual na revista *Senhor* (1959–1964)

Narratives of modernity: editorial design and visual culture in Senhor magazine (1959–1964)

Gabriela De Laurentis¹ , Plínio Balbino¹ 

RESUMO

Este artigo investigou a revista *Senhor* (1959–1964) como artefato de memória gráfica e sua atuação como mediadora cultural em um Brasil marcado pelas tensões entre modernidades e patriarcado. Embora reconhecida por sua sofisticação gráfica e editorial, a revista ainda requer análises que a situem no campo do design como fenômeno social, especialmente em relação às representações de gênero e às escolhas visuais e editoriais que refletem o contexto sociopolítico da época. Partindo de uma abordagem sistêmica, foram analisadas prioritariamente as capas das 16 primeiras edições da revista, publicadas entre março de 1959 e junho de 1960, assim como outros elementos do projeto gráfico, por meio de uma análise semiótica articulada à literatura especializada e às referências contextuais do período. Os resultados apontaram para a atuação da revista na consolidação de um imaginário elitizado e masculino da modernidade brasileira, combinando influências locais e internacionais. A pesquisa contribuiu para os estudos sobre design editorial e cultura visual ao destacar a revista como expressão das dinâmicas socioculturais e das estruturas de poder no Brasil do século XX. Além disso, enfatizou o papel das revistas ilustradas como mediadoras de valores culturais e agentes na construção da memória gráfica.

Palavras-chave: Memória gráfica. Design editorial. Gênero. Identidade cultural. Revistas ilustradas.

ABSTRACT

This article investigates Senhor magazine (1959–1964) as an artifact of graphic memory and its role as a cultural mediator in a Brazil marked by the tensions between modernities and patriarchy. Although recognized for its graphic and editorial sophistication, the magazine still requires analysis that places it within the field of design as a social phenomenon, especially in relation to gender representations and the visual and editorial choices that reflect the sociopolitical context of the time. Using a systemic approach, it primarily analyzes the covers of the first sixteen issues of the magazine, published between March 1959 and June 1960, as well as other graphic design elements, through a semiotic analysis articulated with specialized literature and contextual references of the period. The results point to the magazine's role in consolidating an elitist and masculine imagery of Brazilian modernity, combining local and international influences. The research contributes to the studies on editorial design and visual culture by highlighting the magazine as an expression of the sociocultural dynamics and power structures in 20th-century Brazil. Furthermore, it emphasizes the role of illustrated magazines as mediators of cultural values and agents in the construction of graphic memory.

Keywords: Graphic Memory. Editorial design. Gender. Cultural identity. Illustrated magazines.

¹Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial – Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mails: gdelarentis@esdi.uerj.br; pbalbino@esdi.uerj.br
Recebido em: 24/02/2025. Aceito em: 19/05/2025

INTRODUÇÃO

A memória gráfica desempenha um papel central nos estudos sobre cultura material e design gráfico, conectando a história dos artefatos visuais à construção de identidades culturais. Nesse contexto, artefatos gráficos contribuem significativamente para a formação de narrativas visuais e a preservação de símbolos que refletem as dinâmicas sociais e culturais de uma sociedade (Farias; Braga, 2018). Esses elementos, muitas vezes considerados efêmeros, acumulam significados históricos e culturais que fortalecem a percepção coletiva de unidade e singularidade cultural (Assmann, 2011).

Por sua vez, os estudos de cultura material demonstram como objetos de consumo carregam e transformam significados culturais ao longo do tempo, visto que os bens materiais vão além de seu uso prático, atuando como mediadores de valores, práticas sociais e identidades (Miller, 2002; McCracken, 2007). Essa abordagem amplia a compreensão do design gráfico, que deixa de ser visto como uma atividade estética para se consolidar como um campo interdisciplinar passível da análise de dinâmicas culturais e sociais, especialmente em contextos de modernização e consumo.

No Brasil do século XX, as revistas ilustradas desempenharam um papel importante como artefatos de memória gráfica, contribuindo para a circulação de ideias e para a consolidação de novos campos, como o design. Essas publicações não eram meros produtos editoriais, mas instrumentos de construção de memória coletiva, articulando referências visuais e discursivas em um momento de profundas transformações no país, como a urbanização acelerada, a industrialização, a modernização cultural, o surgimento de novas identidades sociais, além de intensos debates e mudanças no cenário político marcados por períodos de democracia e autoritarismo (Martins, 1995).

Como artefatos que integram o que podemos chamar de patrimônio cultural, as revistas configuram-se como fontes possíveis para compreender as relações socio-culturais que lhes deram suporte. Além da capacidade de “representar a dinâmica da história” (Martins, 2009, p. 281), ao reunir e interconectar textos, imagens e narrativas que registram correntes de pensamento e valores que moldaram a sociedade brasileira, as revistas permitem analisar as transformações gráficas e sociais do período. Em outras palavras, refletem “seu potencial de representação de públicos específicos, visões de mundo e valores particulares da ampla segmentação social do país” (Martins, 2009, p. 296).

A revista *Senhor*, publicada entre 1959 e 1964, exemplifica o papel das revistas ilustradas como mediadoras de memória gráfica e cultural no Brasil. Essa transcendeu sua função como produto editorial e tornou-se um documento cultural significativo de seu tempo. Criada como um empreendimento de pequeno porte, a publicação sintetizou as transformações pelas quais passou o design editorial brasileiro nos anos 1960, articulando modernidade e cultura por meio de uma linguagem gráfica sofisticada e inovadora ancorada no predomínio da ilustração como elemento central da comunicação visual (Melo, 2006).

O estado da arte sobre revistas ilustradas culturais no Brasil e na América Latina tem se consolidado, destacando seu papel na cultura e no design gráfico. O livro *A revista no Brasil* (2000) traça um panorama histórico dessas publicações no século XX, enquanto Niemeyer (2002), em sua tese de doutorado, analisa o design gráfico de *Senhor* como ponte entre o modernismo internacional e a cultura brasileira. Por outro lado, Bustamante (2007), orientada por Niemeyer em sua dissertação, investiga, por meio da semiótica, o uso das cores em *Senhor*, aprofundando-se como seus elementos gráficos refletiam as transformações culturais do Brasil e o equilíbrio entre identidade nacional e modernidade global.

Partindo desse panorama, este artigo discutiu como a revista *Senhor* contribuiu para a construção de narrativas visuais e discursivas que refletiram e moldaram algumas dinâmicas culturais no Brasil entre 1959 e 1964. Além disso, explorou de que maneira sua linguagem gráfica e editorial dialogava com o contexto sociopolítico da época. Apesar da reconhecida sofisticação editorial e gráfica, a revista ainda carece de mais análises aprofundadas sobre seu papel como mediadora cultural, capaz de compreender o design como um processo social promotor de outras modernidades no contexto brasileiro dos anos 1960.

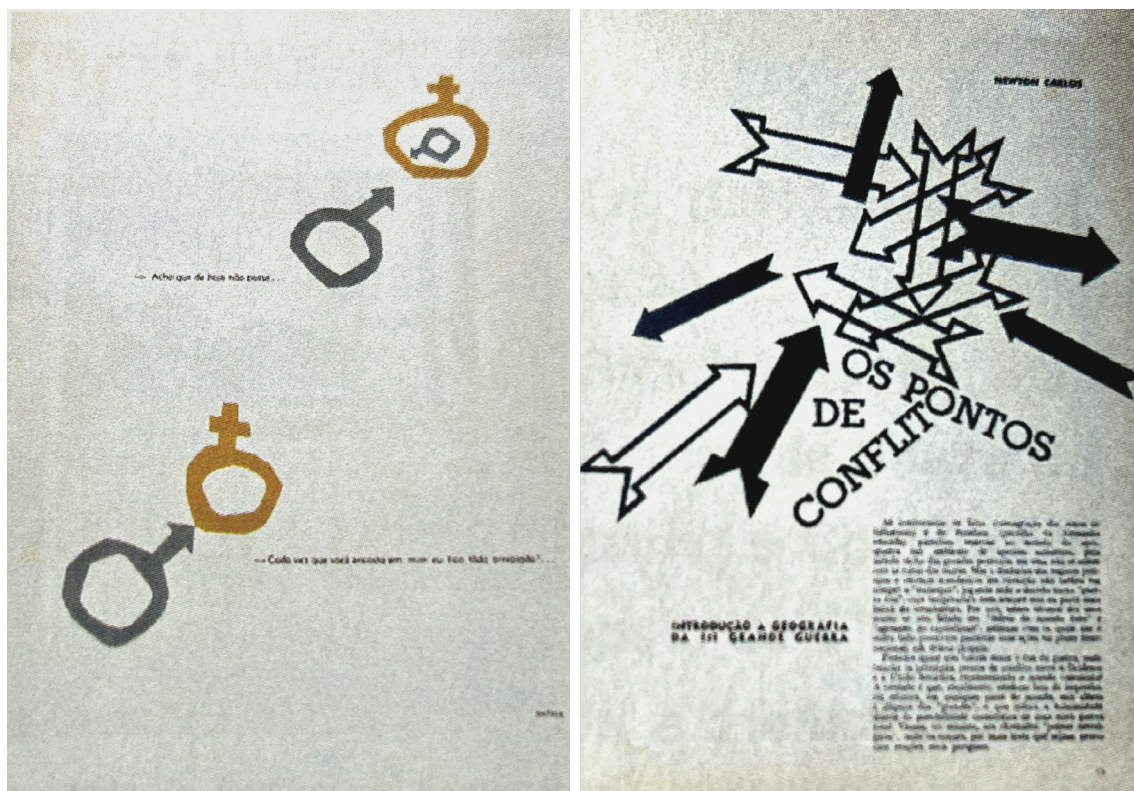
Parte-se da hipótese de que as narrativas de modernidade promovidas pela revista *Senhor* dialogavam com valores patriarcais ainda presentes na sociedade brasileira. A convivência de inovação estética e manutenção de hierarquias tradicionais sugere uma tensão própria da modernidade no país: enquanto projetava uma imagem moderna e cosmopolita, a revista também evidenciava limites sociais e culturais de seu tempo. Ao analisar suas escolhas visuais e discursivas, o estudo propôs refletir sobre a reafirmação de padrões de gênero mesmo em propostas consideradas avançadas ou vanguardistas.

O objetivo geral deste trabalho foi investigar como a revista *Senhor* atuou como artefato de memória gráfica e sua contribuição para discursos culturais e visuais no Brasil dos anos 1960. Para isso, realizou-se análise semiótica das capas das 16 primeiras edições (1959 e 1960), mapeando temas, imagens e editoriais ancorados em estudos acadêmicos e publicações sobre a revista, além de uma consideração contextual, de modo a situar os materiais analisados em relação à memória gráfica, ao design editorial e ao ambiente sociocultural do período.

O artigo organizou-se da seguinte maneira: primeiro, investigou-se a trajetória do projeto gráfico e editorial da revista *Senhor*, analisando suas escolhas visuais e narrativas no contexto da memória gráfica e da cultura visual. Em seguida, examinou-se como a linguagem gráfica da publicação dialogava com o cenário sociopolítico brasileiro entre 1959 e 1964, refletindo as transformações culturais e os debates em torno da modernidade no país. Por fim, discutiu-se o papel da revista na articulação de possibilidades de modernidade alternativas, evidenciando sua atuação como mediadora cultural e suas contradições ao reafirmar estruturas elitizadas de classe e gênero.

REVISTA *SENHOR*: UM ARTEFATO DE MEMÓRIA GRÁFICA

Criada na cidade do Rio de Janeiro, a revista destacou-se por seu enfoque na cultura e pela forte presença da ilustração em sua linguagem visual (Melo, 2006). Sua proposta editorial buscava um alto padrão tanto em conteúdo quanto em apresentação gráfica, direcionando-se a um público intelectualizado e economicamente privilegiado (Niemeyer, 2002). Cada elemento da revista era tido como parte da construção de uma experiência estética singular, conforme Figura 1. Esse caráter distinto permitiu que a revista fosse percebida como um cartão de visitas da qualidade editorial, preocupando-se mais com prestígio do que com lucro imediato (Basso, 2005).



Fonte: Bustamante (2007, p. 53).

Figura 1. Exemplos de uso da tipografia como ilustração na revista *Senhor*: n. 6, p. 19 (1959) e n. 7, p. 13 (1959).

O público da revista era composto majoritariamente por homens da elite econômica e intelectual, muitos dos quais clientes da Editora Delta, que já consumiam produtos culturais de elite, como a Enciclopédia Delta Larousse, livros de autores modernos e clássicos, discos de bossa nova e jazz importado, entre outros. Esse repertório reforçava uma imagem de sofisticação e erudição alinhada ao ideal de modernidade cultivado pelas páginas da revista *Senhor*. Seu perfil era de profissionais liberais e empresários que buscavam *status* social por meio da cultura. O valor da assinatura da revista reforçava esse posicionamento, sendo significativamente mais alto que o de publicações populares, como *Manchete* e *O Cruzeiro*, consolidando-se, assim, como um símbolo de distinção social e intelectual (Niemeyer, 2002; Basso, 2005; Melo, 2006).

O conteúdo editorial da revista abrangia cultura, política, economia e entretenimento, com ênfase no jornalismo cultural. Refletindo a modernização do Brasil nos anos 1960 e as transformações vividas pela sociedade, a diversidade temática de *Senhor* fez dela um dos principais retratos desse período. A predominância de textos literários e críticos reforça a importância da revista como espaço de formação intelectual e difusão cultural (Basso, 2005; Melo, 2006).

Visualmente, a revista combinava elementos como artes plásticas, cartum, fotografia e tipografia, resultando em uma diagramação diferenciada (Melo, 2006) (Figura 2). Seu projeto gráfico influenciou gerações de designers e consolidou um padrão estético que reverberou em publicações posteriores.



Fonte: Bustamante (2007, p. 52, 84 e 86).

Figura 2. Exemplos de diagramação experimental com recursos tipográficos na revista *Senhor*: n. 6, p. 66 (1959); n. 13, p. 98 (1960); e n. 14, p. 26 (1960).

O estilo editorial e visual de *Senhor*, marcado pelo cosmopolitismo e pela busca de identidade própria, reflete um período de transição no design e na comunicação gráfica brasileiros. Essa influência ocorreu em um contexto de intensas transformações na imprensa brasileira, sobretudo nos anos 1950, quando um surto de modernização atravessou a economia, a cultura e os meios de comunicação. *Senhor* surge nesse ambiente fértil, integrando um movimento que reinterpretava modelos internacionais — especialmente os das escolas francesa e britânica —, combinando-os com ideias locais. Esse processo resultou em um estilo singular e abriu espaço para projetos editoriais mais ousados, como o da própria revista (Basso, 2005). Sua diagramação rompia com os modelos tradicionais, adotando uma abordagem livre e experimental (Figura 3). Logo nas primeiras edições, a ausência de um *grid* rígido revelava um planejamento atento à relação de conteúdo e forma, buscando uma experiência visual marcante e coesa (Bustamante, 2007).

A revista *Senhor* pode ser compreendida como artefato de memória gráfica, com base no pensamento de Farias e Braga (2018), que define esse campo

como um meio de resgate e reavaliação de artefatos visuais, sobretudo de impressos efêmeros, com o intuito de recuperar ou estabelecer um sentido de identidade local. Dessa forma, *Senhor*, como produto editorial de sua época, constituiu-se como um testemunho da produção gráfica nacional e para a compreensão das dinâmicas comunicacionais e estéticas vigentes no período, articulando uma leitura singular e provocativa da realidade nacional em diálogo com as dinâmicas de consumo da época.



Fonte: Bustamante (2007, p. 84 e 85).

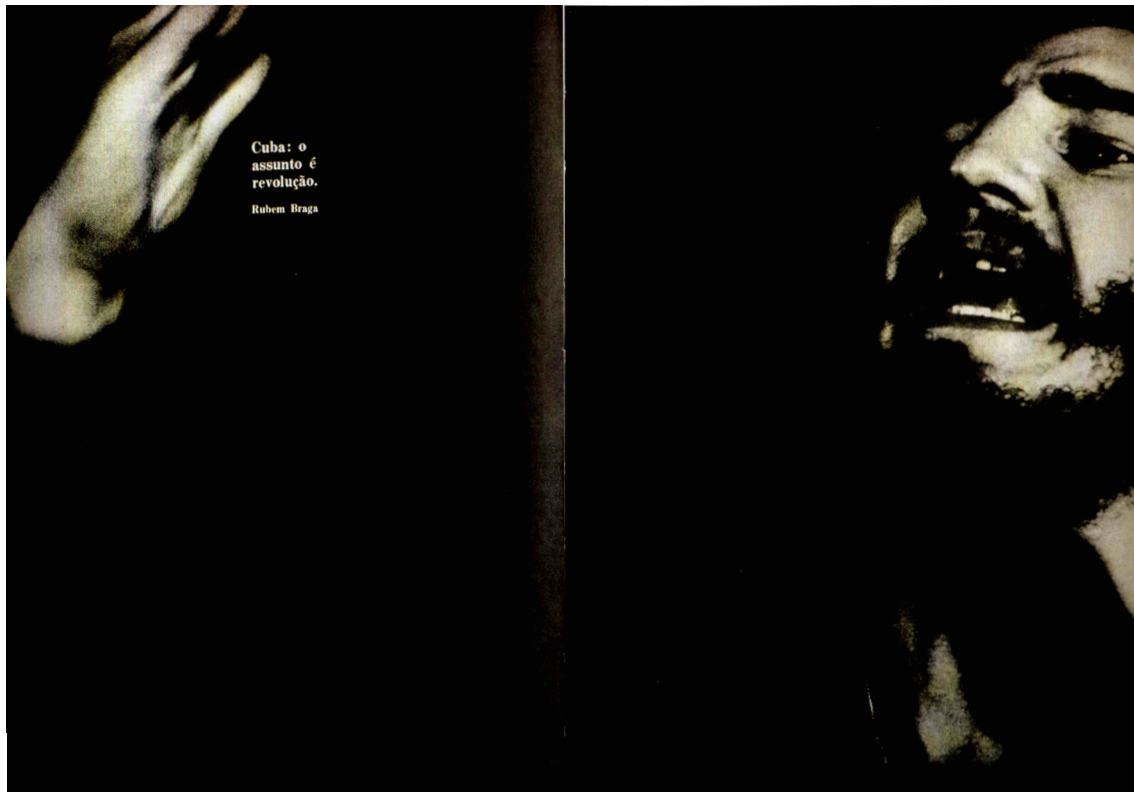
Figura 3. Exemplos de manchas gráficas na revista *Senhor*: n. 4, p. 50–51 (1959) e n. 3, p. 38–39 (1959).

IMPRESSÃO DE UM BRASIL DE TRANSFORMAÇÕES (1959–1964)

O período de publicação da revista (1959–1964) coincidiu com profundas mudanças na sociedade brasileira. No campo político, o país vivia os últimos anos da experiência democrática antes do golpe militar de 1964. A era desenvolvimentista, impulsionada pelos governos de Juscelino Kubitschek e João Goulart, foi marcada pela industrialização, urbanização acelerada e fortalecimento de uma classe média emergente, que se tornava também um público consumidor de cultura.

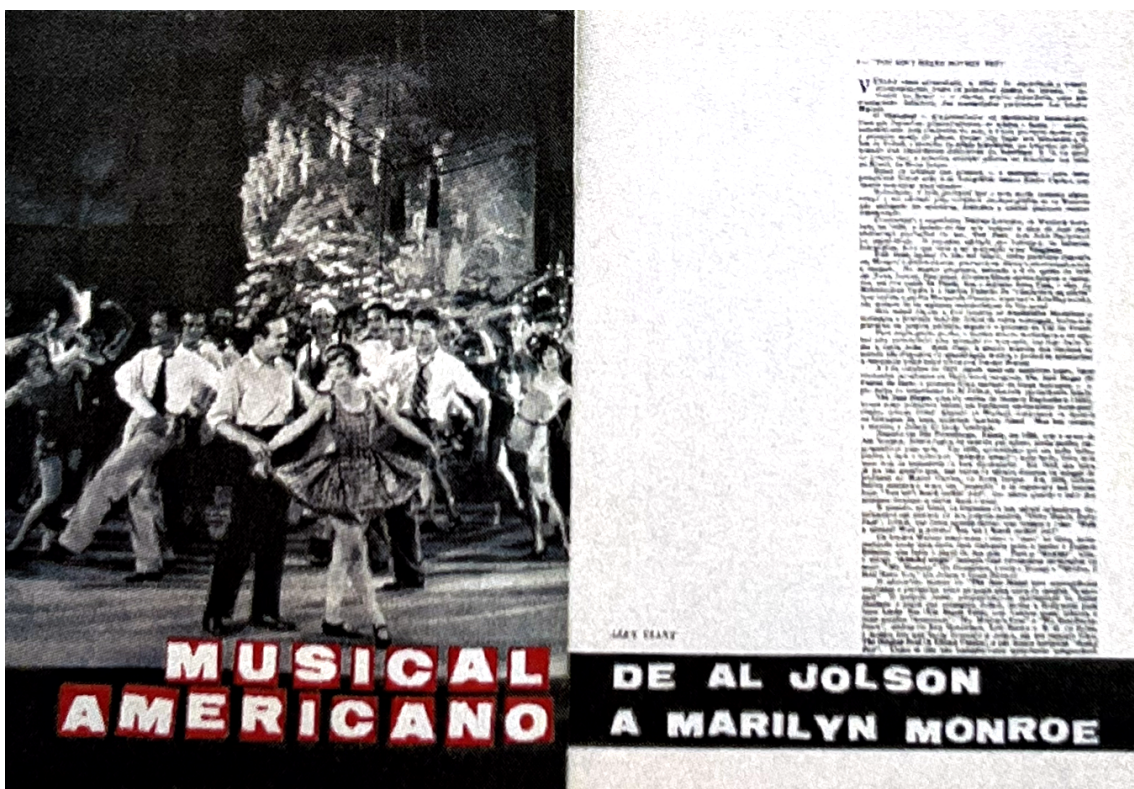
Além de acompanhar as mudanças culturais, a revista contribuiu para a construção de discursos visuais e textuais que refletiam as transformações em curso no Brasil. A revista consolidou-se como espaço que não apenas refletia, mas articulava as transformações culturais dos anos 1960, por meio de uma curadoria editorial ativa, com exemplos como ensaios visuais que dialogavam com o Cinema Novo — como fotografias em preto e branco de cidades em transição — e em dossiês que mesclavam contos de Lygia Fagundes Telles e críticas de arte, promovendo o cruzamento de linguagens (Figura 4).

No campo do design como argumento político, a revista utilizava colagens gráficas que subvertiam hierarquias visuais, misturando cultura popular e anúncios de luxo, rompendo com a linearidade narrativa. Seções como “Panorama Internacional” contrastavam temas como Broadway e arte concreta brasileira, evidenciando dilemas entre cosmopolitismo e identidade nacional (Figura 5).



Fonte: Bustamante (2007, p. 79).

Figura 4. Uso de fotografia em preto e branco em matéria sobre expedição a Cuba, na revista *Senhor*, n. 16, p. 18–19 (1960).



Fonte: Bustamante (2007, p. 52).

Figura 5. Reportagem sobre espetáculos na Broadway, na revista *Senhor*, n. 11, p. 34–35 (1959).

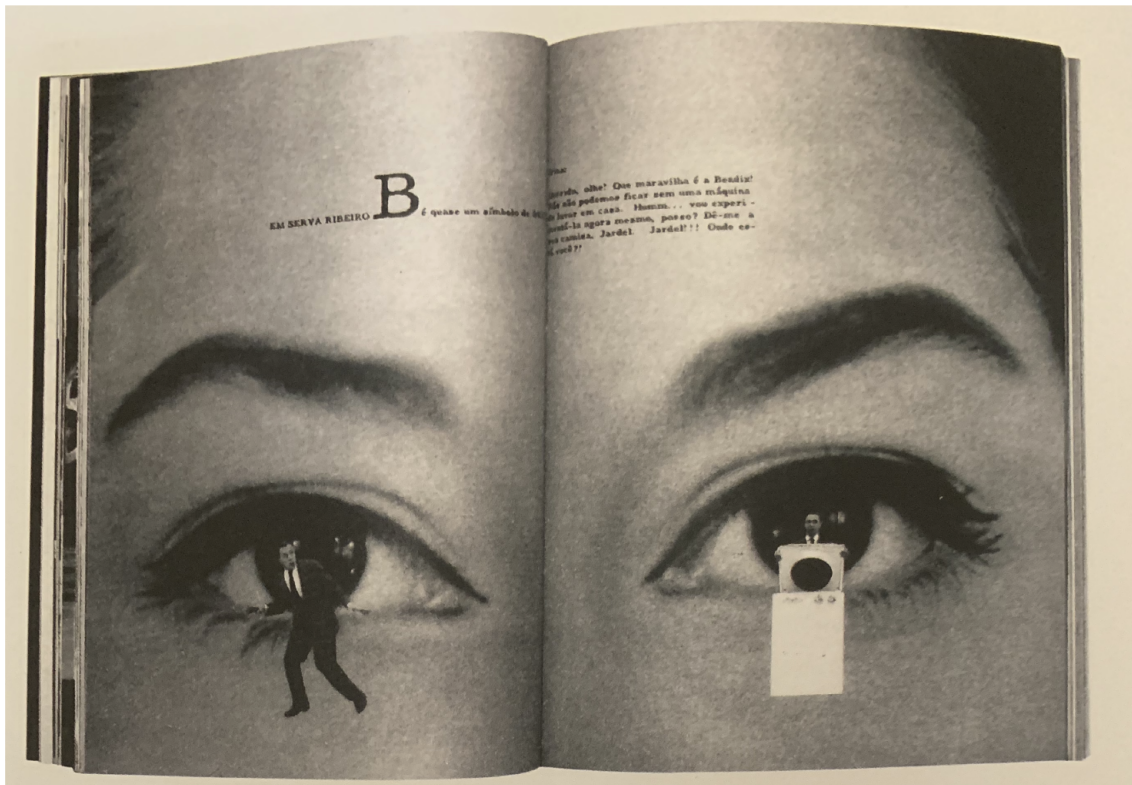
Apesar de sua breve trajetória, a revista *Senhor* segue como referência para compreender as interseções de design, cultura e política na história brasileira, ainda que com alcance restrito e segmentado. Inserida no contexto de modernização promovido pelo governo JK — cuja meta de “50 anos em 5” simbolizava o avanço da industrialização e da urbanização —, a publicação expressava os contrastes de um país em transição. Como destacou Jacques Lambert em artigo na própria revista, havia no Brasil um polo moderno e industrializado no Sul e no Sudeste, coexistindo com regiões amplamente marginalizadas. *Senhor*, nesse cenário, tornou-se tanto documento desse momento quanto espaço de reafirmação dos valores da elite urbana beneficiada por tais transformações. Suas escolhas visuais e editoriais também refletiam hierarquias sociais, raciais e de gênero, abordadas de forma mais detalhada nas seções seguintes deste trabalho.

As visualidades na revista *Senhor*, sob a direção artística de Carlos Scliar (Instituto Cultural Casa Museu Carlos Scliar, 2025), refletiam o ideário modernizante e, simultaneamente, estruturas de opressão desse projeto de país. Concebida e conduzida por homens, operava com um olhar editorial marcado por apagamentos. A experimentação estética destacava-se nas capas, que optavam por pinturas em vez de fotografias, conferindo à publicação um caráter artístico e exclusivo, alinhado à busca por distinção simbólica e identidade cultural (Niemeyer, 2002; Basso, 2005; Melo, 2006).

A singularidade gráfica de *Senhor*, ao retratar aspectos do cotidiano das elites brasileiras, ajudou a cristalizar um imaginário predominantemente masculino, branco e classista. Essa construção resultou do diálogo com referências internacionais, especialmente das revistas *The New Yorker* e *Esquire*, que influenciaram sua estética e narrativa (Basso, 2005). A combinação de influências estrangeiras com elementos de brasilidade produziu um editorial alinhado ao discurso da modernização, ao mesmo tempo que o legitimava graficamente e culturalmente.

A publicidade foi um dos elementos estratégicos na disseminação do ideal modernizante. O crescimento econômico e a urbanização nos anos 1950 estimularam uma nova dinâmica de consumo, acompanhada pelo fortalecimento das agências e da propaganda como forma de alcançar esse mercado emergente (Basso, 2005). Inserida nesse contexto, a revista *Senhor* organizou seus anúncios de modo integrado ao projeto gráfico, reservando as primeiras e últimas páginas para publicidade, o que contribuía para a coesão visual e a sofisticação da publicação (Figuras 6 e 7).

Muitos desses anúncios foram produzidos pela própria equipe de arte da revista, transpondo os padrões da publicidade tradicional e reforçando o ideal de refinamento (Melo, 2006). Produtos como televisores da *GE* e máquinas de lavar da *Bendix*, que haviam acabado de chegar ao Brasil nos anos 1960, figuravam entre os itens anunciados, simbolizando o avanço tecnológico e a promessa de conforto e eficiência doméstica oferecidos pelo progresso industrial (Figuras 6 e 7).



Fonte: Melo (2006, p. 143).

Figura 6. Publicidade de eletrodomésticos na revista *Senhor*: máquinas de lavar Bendix.



Fonte: Melo (2006, p. 143).

Figura 7. Publicidade de eletrodomésticos na revista *Senhor*: televisores da GE.

Com base nessas considerações, o design de *Senhor* pode ser compreendido como parte de um processo social na medida em que não apenas refletiu os discursos modernizantes da época, mas também os acompanhou e reforçou. Ao apresentar estéticas, consolidar valores e ampliar narrativas que ajudaram a construir determinada visão de modernidade no Brasil, a revista exemplifica a ideia de que “o design sempre teve a função elementar de um agente de mudança que interpreta transformações de todos os tipos — sociais, políticas, econômicas, [...] culturais [...] etc.” (Rawsthorn, 2024, p. 13). Desta forma, a publicação evidencia o design como um campo interdisciplinar inserido em um ecossistema cultural mais amplo, em constante diálogo com dinâmicas sociais externas.

“UMA REVISTA PARA O SENHOR”: ANÁLISE DAS NARRATIVAS DISCURSIVAS E VISUAIS

Ao longo de sua primeira fase, reconhecida como período áureo da publicação, datado de março de 1959 a janeiro de 1961, a revista *Senhor* consolidou-se como uma referência cultural e de vanguarda, com narrativas que privilegiavam temas culturais, políticos e econômicos, permeados por um humor característico da época. Sob a direção de Nahum Sirotsky, e Carlos Scliar na direção de arte, reunia uma equipe de jornalistas, artistas plásticos, ilustradores e escritores de renome, conferindo à publicação identidade única e marcante no cenário editorial brasileiro da época (Niemeyer, 2002; Basso, 2005).

A equipe gráfica que auxiliava Carlos Scliar no projeto gráfico da revista era composta também pelo “gaúcho Glauco Rodrigues¹ e pelo carioca Jaguar², então desenhista de humor da revista *O Cruzeiro*” (Melo, 2006, p. 107). Ainda que de forma breve, Bea Feitler³ também contribuiu com a equipe gráfica em 1960, como assistente de arte, e já mostrava o potencial da então designer. Juntos, ajudaram a consolidar a revista como espaço de experimentação visual e articulação discursiva. A essa formação, somaram-se Caio Mourão — assistente de arte que ingressou praticamente junto com Feitler — e o publicitário Michel Burton, que sucedeu a Glauco Rodrigues na direção de arte após a edição n. 25 (correspondente ao segundo aniversário da publicação).

A proposta de projeto editorial permitiu à *Senhor* não apenas explorar conteúdos diversos, mas também estabelecer uma plataforma para debates intelectuais, privilegiando a qualidade do texto e a relevância histórica da literatura. A linha editorial da revista fundamentava-se na crença da difusão da cultura como um valor primordial. Para tanto, a direção da publicação investiu na contratação

1 Glauco Rodrigues (1929–2004) foi um artista plástico, ilustrador e designer gráfico brasileiro. Ligado ao movimento modernista, sua obra transitou entre o expressionismo, o surrealismo e a *pop art*, explorando temas da cultura brasileira com ironia e crítica social.

2 Jaguar (Sérgio de Magalhães Gomes Jaguaribe, 1932–2021) foi um cartunista, ilustrador e designer gráfico brasileiro, conhecido por seu humor irreverente e sua atuação na imprensa alternativa.

3 Bea Feitler (1938–1982) foi uma designer gráfica brasileira que revolucionou o design editorial com seu trabalho inovador. Em *Senhor*, contribuiu para a modernização visual da revista, antecipando a abordagem ousada que marcaria sua carreira internacional em publicações como *Harper's Bazaar* e *Rolling Stone*.

de colaboradores prestigiados, adquirindo artigos, ensaios, resenhas críticas, reportagens e, sobretudo, textos literários inéditos. A remuneração oferecida pela revista era superior à média praticada no mercado, o que favorecia a atração de escritores consagrados e talentos emergentes. Esse modelo resultou na publicação constante de textos literários inéditos, garantindo aos autores a manutenção de seus direitos autorais. Dessa maneira, *Senhor* conseguiu reunir um vasto time, promovendo a coexistência de autores já consagrados e de novos talentos que, anos mais tarde, se tornariam grandes nomes da literatura nacional e internacional (Basso, 2005; Melo, 2006).

Priorizava artigos e crônicas jornalísticas, com foco em análises culturais e políticas. Entre os colaboradores estavam os educadores Anísio Teixeira e Darcy Ribeiro, que discutiam a educação como fator essencial na formação da identidade nacional. No campo político e filosófico, destacava-se o diplomata, dicionarista e filólogo Antônio Houaiss, com reflexões sobre nacionalismo e a *intelligentsia* brasileira, e o sociólogo e economista francês Jacques Lambert, com sua tese dualista sobre o Brasil rico e pobre. O economista Celso Furtado contribuía com estudos sobre o desenvolvimento econômico, enquanto Jean-Paul Sartre analisava o teatro burguês (Basso, 2005).

O caráter multifacetado de *Senhor* também se manifestava nas crônicas de viagens, que reuniam contribuições de Fernando Sabino, Otto Maria Carpeaux e Vinícius de Moraes. Já na crítica de arte, a revista contava com a participação expressiva de Alex Viany, que abordava temas ligados ao cinema. O jornalismo esportivo, por sua vez, era representado por Armando Nogueira. No campo das reportagens e dos artigos sobre política e economia, destacava-se a presença de Newton Carlos (Basso, 2005). A diversidade temática da publicação evidenciava sua proposta de oferecer um conteúdo abrangente e elitizado, orientado pelo critério da excelência textual.

Senhor também se ocupou da divulgação de textos literários de renomados autores estrangeiros, publicando obras de nomes como Ernest Hemingway, Leon Tolstoi, William Faulkner, Mark Twain, T. S. Eliot, F. Scott Fitzgerald, Dorothy Parker, Franz Kafka, Thomas Mann, D. H. Lawrence e Bertolt Brecht (Niemeyer, 2002; Basso, 2005). Essa curadoria literária posicionou a revista como espaço de intercâmbio cultural, reforçando seu papel como mediadora desse fluxo, além de permitir ao público brasileiro o acesso a textos de diferentes tradições literárias, considerados de alta qualidade.

Além da literatura estrangeira, a revista *Senhor* valorizou a produção literária nacional, publicando inéditos de autores consagrados, como Nelson Rodrigues (Boca de Ouro, 1960), Graciliano Ramos (Pequena História da República, 1960), e Jorge Amado (A Morte e a Morte de Quincas Berro D'Água, 1959), reforçando sua curadoria voltada à literatura brasileira e contribuindo para o fortalecimento de sua identidade cultural e a consolidação de sua influência no meio intelectual da época.

No âmbito do cinema e do teatro, *Senhor* também se destacou ao apresentar os movimentos modernos que buscavam intelectualizar e autonomizar a produção

cinematográfica, conferindo-lhe o *status* de obra de arte. Em relação ao teatro, a revista acompanhou e reverenciou os movimentos de renovação do teatro brasileiro, que tinham como proposta levar ao palco a realidade do país e contribuir para a construção de uma identidade nacional (Basso, 2005).

Quanto às visualidades, nos primeiros 16 números da revista *Senhor*, publicados em 1959 e 1960, é possível observar um padrão gráfico e conceitual que reflete a construção da masculinidade e das relações de gênero no contexto da época. Segundo Bustamante (2007), durante esse período, as capas eram ilustradas por membros do departamento de arte da revista ou artistas reconhecidos — em apenas uma edição, a capa foi exclusivamente tipográfica. A presença masculina nessas capas manifestava-se de maneira recorrente, seja como protagonista, seja em posição de superioridade ou dominação em relação às figuras femininas.

PATRIARCADO ILUSTRADO: 16 CAPAS DA REVISTA *SENHOR* (1959 E 1960)

Esta seção analisou a representação de gênero nas capas das 16 primeiras edições da revista *Senhor* (1959 e 1960). As visualidades projetavam um ideal moderno de masculinidade, ao mesmo tempo que reafirmavam hierarquias de gênero. Propomos refletir sobre como essas imagens contribuíram para um imaginário patriarcal consonante aos valores da elite da época. Essa abordagem surgiu organicamente durante a pesquisa, partindo da recorrente centralidade masculina nas capas e da ausência ou subalternização de figuras femininas.

As reflexões a seguir partem das capas das 16 edições iniciais da revista *Senhor* (Figura 8). Inspiradas nas análises semióticas e nos apontamentos de Lucy Niemeyer (2002), da primeira edição da revista *Senhor*, em março de 1959, em sua tese de doutorado, faremos a seguir uma síntese que abrirá caminho para novos questionamentos e futuras discussões.

A primeira capa, de Carlos Scliar, estabelece um cenário icônico do Rio de Janeiro ao evocar a paisagem de Copacabana (Figura 9). O fundo preto e branco reproduz a sucessão infinita das ondas do mar, criando um movimento rítmico que se repete na figura feminina representada. Niemeyer (2002) descreve essa figura como uma mulher de formas voluptuosas, cabelos negros soltos, que caminha a passos largos pela praia, atraindo o olhar de um homem sentado em um banco próximo à areia. Esse homem, posicionado abaixo do nome da revista, estabelece uma relação direta com a ideia de um “Senhor” observador.

A interação visual dos dois personagens reforça um olhar masculino que se apropria da feminilidade em um jogo de desejo e contemplação. Além disso, a mirada do homem não se volta apenas para a mulher, mas também para o leitor, transformando-o em um observador voraz que acompanha o requebrado da caminhante. A cena sintetiza uma das principais dinâmicas presentes nas capas da revista: a valorização do olhar masculino como agente dominante e a objetificação do corpo feminino.

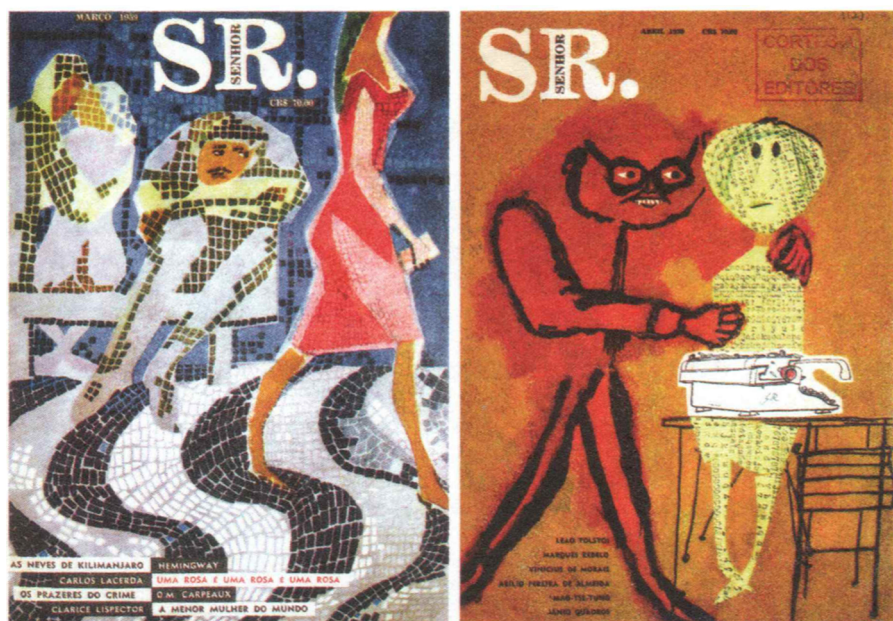


Fonte: Bustamante (2007, p. 51).

Figura 8. Capas da revista *Senhor*: 16 edições datadas de março de 1959 a junho de 1960, números 1 a 16, apresentadas da esquerda para a direita, de cima para baixo.

Na segunda capa (Figura 9), de Glauco Rodrigues, essa relação hierárquica dos gêneros intensifica-se ao apresentar uma figura masculina expansiva, em um vermelho intenso, sugerindo imposição, impondo-se sobre uma figura feminina retraída, representada na cor amarela, sugerindo vulnerabilidade, e coberta de letras. A personagem feminina parece estar em seu ambiente de trabalho, num fundo laranja que exprime tensão.

Possivelmente, é uma secretária datilografando, enquanto o homem, com as mãos sobre seu ombro e próximo a seu peito, exibe um gesto de posse e autoridade. A cena remete à estrutura social, em que o homem ocupava um papel dominante, enquanto a mulher, mesmo quando inserida no ambiente profissional, era percebida como subordinada.



Fonte: Bustamante (2007, p. 51).

Figura 9. Capas da revista *Senhor*: números 1 e 2, com autoria de Carlos Scliar e Glauco Rodrigues, respectivamente (1959).

A terceira capa, de Glauco Rodrigues, reforça essa perspectiva ao representar um casal em uma mesa, onde apenas o rosto do homem é completamente visível, enquanto o da mulher está parcialmente fora da moldura da revista (Figura 10). Ambos estão trajados de maneira elegante, o homem usando terno e gravata borboleta e a mulher, vestido decotado. A postura dos personagens sugere uma interação em que o homem, com as mãos no queixo e o corpo inclinado para a frente, demonstra expansivamente interesse. Em contraste, a mulher mantém o olhar voltado para baixo, numa posição de recato e introspecção, explicitando a hierarquia de gênero predominante na sociedade, o que reforça estereótipos de feminilidade discreta.

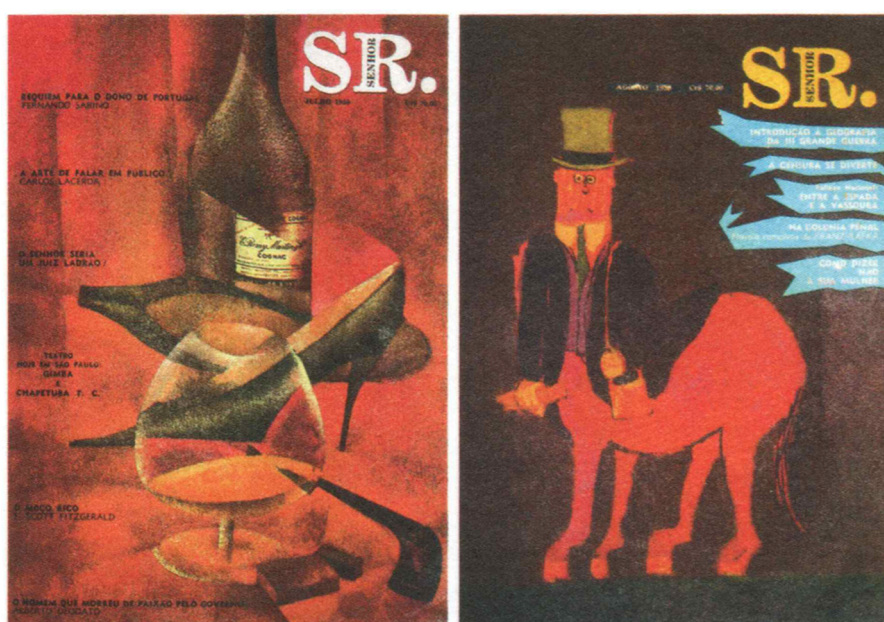
A quarta capa, de Glauco Rodrigues, traz uma variação na abordagem da representação feminina ao exibir várias mulheres em cima de um carro (Figura 10). No entanto, essas figuras são desenhadas de maneira menos figurativa, em poses que enfatizam seus corpos, usando vestidos que destacam suas curvas. A disposição caótica das figuras femininas na capa, associada à falta de individualidade de cada uma, reforça uma percepção da mulher como um objeto de desejo coletivo, fragmentado e acessório ao universo masculino. O carro, por sua vez, tradicionalmente associado à masculinidade e a *status*, pode ser interpretado, ao lado das figuras femininas, como os possíveis interesses de “consumo” do homem.

Na quinta capa, também de Glauco Rodrigues, a presença masculina manifesta-se de forma implícita por meio da sugestão de um ambiente de sedução e conquista (Figura 11). A composição apresenta uma taça com um pouco de bebida, um cachimbo, dois sapatos femininos, aparentemente deixados de qualquer jeito, e uma garrafa de bebida em um fundo vermelho amarronzado intenso.



Fonte: Bustamante (2007, p. 51).

Figura 10. Capas da revista *Senhor*: números 3 e 4, com autoria de Glauco Rodrigues (1959).



Fonte: Bustamante (2007, p. 51).

Figura 11. Capas da revista *Senhor*: números 5 e 6, com autoria de Glauco Rodrigues (1959).

A ausência de figuras humanas não impede a construção de uma narrativa visual que remete à presença de um homem, possivelmente um “senhor” que participou de um encontro, e a atmosfera remete a um imaginário sedutor. O vermelho amarronzado reforça esse motivo sensual e noturno, evocando uma estética ligada ao universo masculino boêmio e hedonista.

A sexta capa, de Glauco Rodrigues, recorre a uma figura mitológica para representar o ideal masculino de poder e elegância: um centauro, cuja parte humana veste-se de maneira extremamente sofisticada, com terno, gravata, colete e cartola (Figura 11). A escolha dessa figura híbrida de homem e cavalo reforça a dualidade de civilização e instinto, racionalidade e força bruta. A vestimenta impecável sugere um homem pertencente à elite, enquanto a parte equina remete a um lado selvagem e viril. Essa composição visual dialoga diretamente com a construção da masculinidade no período, em que o homem idealizado era simultaneamente culto e dominante, racional e vigoroso, aristocrático e imponente.

A sétima capa, considerada a mais relevante de Carlos Scliar em termos de design (Figura 12), apresenta dois rostos: um masculino, à esquerda, e um feminino, à direita (Melo, 2006). A pintura criada especialmente para a capa destaca-se pelo uso intencional dos espaços vazios. A figura masculina ocupa área maior e olha de cima, com expressão de superioridade. Já a mulher, com batom vermelho e olhar levemente abaixado, aparece em escala reduzida. A diferença no enquadramento e na direção dos olhares estabelece uma hierarquia visual, na qual o homem domina o campo simbólico e discursivo, enquanto a figura feminina é colocada em posição secundária, reforçando padrões de gênero que marcaram a linguagem editorial da revista.



Fonte: Bustamante (2007, p. 51).

Figura 12. Capas da revista *Senhor*: números 7 e 8, com autoria de Carlos Scliar e Glauco Rodrigues, respectivamente (1959).

A oitava edição apresenta uma abordagem abstrata em tons de azul, sem uma narrativa visual evidente ou uma figura central claramente identificável (Figura 12). Nessa capa, Glauco Rodrigues trata de uma incursão pelo expressionismo abstrato informal, uma escolha estilística que se diferencia das capas anteriores, que frequentemente trabalhavam a figura masculina de forma explícita (Melo, 2006). No entanto, a identidade editorial da revista mantém uma coerência estética que dialoga com o público-alvo masculino da época. A ausência de uma figura humana não implica, necessariamente, uma neutralidade visual, mas pode abrir espaço para interpretações mais subjetivas.

A nona capa apresenta um *close* no rosto da obra *O Escolar*, de Vincent van Gogh (Figura 13). A escolha de um quadro clássico para estampar a capa da revista pode ser interpretada como um esforço de reafirmação intelectual e cultural, alinhando-se à imagem do leitor idealizado de *Senhor*: um homem sofisticado, culto e apreciador das artes. A presença de um jovem escolar no centro da composição também pode remeter à valorização da erudição e do aprendizado contínuo, aspectos frequentemente associados à masculinidade intelectualizada.



Fonte: Bustamante (2007, p. 51).

Figura 13. Capas da revista *Senhor*: números 9 e 10, com detalhe de obra de Van Gogh e autoria de Jaguar, respectivamente (1959).

A décima capa (Figura 13), criada por Jaguar para a edição de dezembro de 1959, é considerada uma das mais emblemáticas da revista *Senhor* (Sarmento, 2000 *apud* Basso, 2005). Suas contribuições foram decisivas para a construção de uma identidade visual que combinava sofisticação e ironia na representação do homem moderno. Nessa capa, Jaguar representa o ideal masculino da revista: um homem de meia-idade, cuidadoso e sensível, alinhado ao perfil de um leitor intelectualizado.

A imagem equilibra altivez e delicadeza, simbolizadas pela postura ereta da figura masculina e pela flor que ele segura: trata-se de um retrato tanto da revista quanto de seu leitor — ou, ao menos, de como ambos desejavam ser vistos (Melo, 2006).

A décima primeira edição, de Glauco Rodrigues, traz na capa o sol que adquire um rosto masculino inserido em um fundo azul-escuro (Figura 14). A iconografia solar, tradicionalmente associada ao poder, reforça a simbologia da masculinidade como força central e orientadora. Se a luz do sol é frequentemente vinculada à razão e à clareza, a presença de um rosto masculino pode ser interpretada como a personificação do homem como guia, aquele que ilumina e define os rumos do conhecimento e da cultura. Essa leitura dialoga com o público leitor que, de certa forma, se enxerga como protagonista da modernidade, valor central da revista.



Fonte: Bustamante (2007, p. 51).

Figura 14. Capas da revista *Senhor*: números 11 e 12, ambas de autoria de Glauco Rodrigues (1960).

A décima segunda capa, de Glauco Rodrigues, que data de fevereiro de 1960, traz um homem vestido como um *pierrot*, com um chapéu cônico tombado na cabeça (Figura 14). Ele aparece recostado, quase caído, transmitindo a impressão de embriaguez, com olhos perdidos e um leve sorriso. Sua roupa colorida remete ao universo carnavalesco, sugerindo uma figura masculina que se distancia da rigidez tradicionalmente associada à masculinidade séria e austera. No entanto, essa representação pode estar vinculada a uma dimensão boêmia, frequentemente romantizada no contexto masculino da época.

A décima terceira capa, também de autoria de Glauco Rodrigues, é “exclusivamente tipográfica”, em que explicita que “SR.” é abreviatura de “Senhor” (o que muitas pessoas não percebiam). Desde então, as capas passaram a ser identificadas

com o nome da revista por extenso (Figura 15). Essa escolha pode ser compreendida como um experimento gráfico, mas também como um reflexo da identidade visual da revista, que não se limitava à representação figurativa da masculinidade, mas também explorava sua presença por meio do design e da linguagem.



Fonte: Bustamante (2007, p. 51).

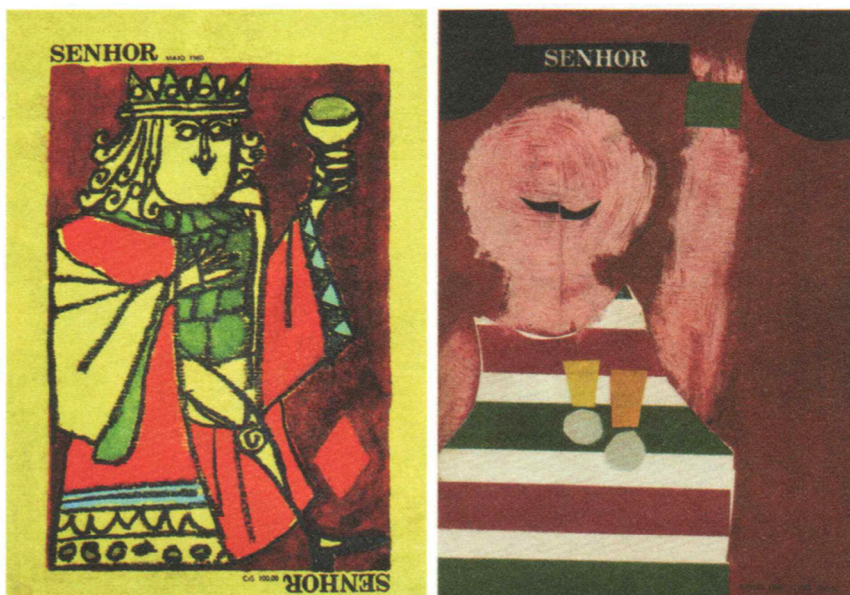
Figura 15. Capas da revista *Senhor*: números 13 e 14, ambas de autoria de Glaucio Rodrigues (1960).

A décima quarta capa, de abril de 1960, de autoria de Glaucio Rodrigues, apresenta um homem trajando camisa, bermuda, óculos escuros e cachimbo, caminhando em direção a uma placa que aponta para Brasília (Figura 15). A composição sugere um viajante, um explorador moderno que se dirige à capital recém-inaugurada em 21 de abril de 1960. A escolha de Brasília como destino reforça a conexão da figura masculina com os ideais de progresso e modernidade, temas recorrentes na narrativa constituída pela revista, e o diálogo com os acontecimentos da época.

A décima quinta capa, de Glaucio Rodrigues, propõe uma releitura da carta do Rei do baralho, um símbolo de poder e estratégia (Figura 16). Essa representação associa a masculinidade à liderança e à tomada de decisões. O uso do ícone do rei, adaptado ao contexto gráfico da revista, acentua o diálogo de *Senhor* com a ideia de um leitor que se vê como protagonista, a carta mais importante no baralho de sua vida social, profissional e intelectual.

Por fim, a décima sexta capa, de Bea Feitler, datada de junho de 1960, apresenta um halterofilista erguendo um halter com apenas uma mão e exibindo duas medalhas no peito (Figura 16). Esta é a primeira de apenas três capas de *Senhor* feitas por uma mulher, Bea Feitler. Essa imagem evoca a força física e o desempenho atlético, elementos tradicionalmente valorizados na construção da masculinidade.

A figura do atleta medalhista evoca a valorização da *performance* masculina, seja no campo intelectual, seja no físico, que exprime ainda um “misto de exibicionismo e simpatia” (Melo, 2006, p. 116).



Fonte: Bustamante (2007, p. 51).

Figura 16. Capas da revista *Senhor*: números 15 e 16, da autoria de Glauco Rodrigues e Bea Feitler, respectivamente (1960).

Essas capas reforçam a coerência visual e conceitual da revista *Senhor* que, ao longo de suas edições, construiu um imaginário masculino multifacetado, mas sempre centrado na figura do homem como referência de poder, cultura e sofisticação. As diferentes abordagens gráficas e narrativas utilizadas nas capas demonstram como a publicação articulava elementos visuais para dialogar com seu público-alvo, consolidando-se como um espaço de afirmação da masculinidade no contexto editorial brasileiro da época.

Apesar de seu apelo à modernidade, tanto no conteúdo quanto no design, a revista *Senhor* reforçava valores patriarcais enraizados na sociedade brasileira. Isso se expressava nos temas escolhidos, no tom dos textos e, principalmente, nas capas, as quais sintetizavam um discurso concordante aos interesses da elite masculina. Dirigida, editada e ilustrada majoritariamente por homens, a publicação não apenas refletia, mas também naturalizava uma visão de mundo centrada na figura masculina como detentora do poder simbólico, cultural e material.

A noção de masculinidade promovida pela *Senhor* seguia um modelo hegemônico, no qual o homem branco, culto e economicamente privilegiado, era apresentado como referência universal da experiência humana. Conforme Kimmel (1998 *apud* Voks; Silva, 2022), sociedades constroem ideais normativos de masculinidade,

os quais se tornam padrões culturais. Na *Senhor*, esse ideal aparece nos protagonistas dos textos e na iconografia das capas, que delineavam um cânon do homem moderno. Apesar de abordar ideias modernas e progressistas, a revista mantinha rígidos recortes de classe e gênero, limitando quem podia ser representado e a quem se destinava. Assim, reafirmava um imaginário excludente, voltado à elite intelectual e masculina da época.

As capas analisadas permanecem reproduzindo simbolicamente o patriarcado, mesmo quando parecem deslocadas dos estereótipos mais óbvios da masculinidade. A presença recorrente de figuras masculinas enquadradas como referências de autoridade, intelecto ou sofisticação ilustra como a publicação construía um imaginário de masculinidade voltado exclusivamente para um público masculino burguês. Esse fenômeno está diretamente relacionado às dinâmicas de poder que forjaram a sociedade brasileira.

Como argumenta Oliveira (2004 *apud* Voks; Silva, 2022), os homens da classe média, ao se enxergarem como seres humanos universais, naturalizam seus privilégios e deixam de reconhecer como gênero, raça e classe afetam suas próprias experiências e as daqueles que são sistematicamente excluídos. *Senhor*, ao operar dentro dessa lógica, reverberava um discurso que legitimava esse olhar universalizante e o reforçava por sua identidade editorial.

Baseamo-nos na análise de Voks e Silva (2022) sobre a revista *Cláudia*, que evidencia como, décadas depois, outra publicação ainda reforçava a manutenção do sistema patriarcal. De maneira semelhante, *Senhor*, décadas antes, refletia essa mesma lógica de subalternização, na qual os homens eram representados como detentores de corpos, territórios e recursos, enquanto o patriarcado operava como um sistema que assegurava essa titularidade, funcionando tanto como norma social quanto como mecanismo de reprodução dessa estrutura hierárquica (Voks; Silva, 2022).

Esse princípio manifestava-se em *Senhor* não apenas no apagamento sistemático de mulheres e outros grupos sociais em suas páginas, mas também na reafirmação do homem como detentor quase que exclusivo da cultura e do conhecimento. Essa narrativa construída no silêncio das imagens de capa dessas 16 edições reafirmava uma noção de homem que se define pela posse do saber e do capital cultural, estabelecendo barreiras invisíveis que limitam o acesso a esses espaços para aqueles que não compartilham do mesmo perfil social.

REVISTA *SENHOR*: ENTRE MODERNIDADES E TENSÕES CULTURAIS

O modernismo, como movimento global, é frequentemente associado ao progresso tecnológico e à ideia de uma “vida melhor por meio da tecnologia” (Tunstall, 2023, p. 50, tradução nossa). No entanto, essa narrativa oculta os danos causados por tecnologias produzidas em massa, que perpetuam desigualdades e exploração, especialmente em contextos coloniais e pós-coloniais. No Brasil, esse modernismo hegemônico ganhou contornos específicos, especialmente a partir da década de 1930, quando o Estado passou a adotar a estética modernista como parte de um projeto nacional-desenvolvimentista (Niemeyer, 2002).

No entanto, a modernidade no Brasil não se limitou à reprodução de modelos europeus. Simultaneamente às expressões de valores funcionalistas, houve um movimento de resgate e atualização de elementos da cultura brasileira, que buscava conciliar tradição e inovação. Esse processo foi impulsionado pelo contato de artistas e intelectuais com as vanguardas europeias, resultando em uma produção estética diversificada, que abrangia as artes plásticas, a literatura, a música e o design gráfico (Niemeyer, 2002).

Por desempenhar papel central como plataformas para a circulação de ideias e culturas, as revistas são produtos culturais e agentes formadores de valores e narrativas de mundo. Por meio delas, discursos foram construídos, seja para resistir a um universalismo eurocêntrico e propor interpretações situadas e plurais da prática projetual, seja para ser apenas mais um reforço de colonialidades, com pitadas locais.

A revista *Senhor* emergiu nesse contexto como um espaço de experimentação e inovação, desafiando as fronteiras entre alta cultura e cultura popular. *Senhor* era uma revista de cultura que se apoiava em uma postura comportamental moderna, refletindo as transformações sociais e culturais do período (Melo, 2006). Desse modo, desempenhou um papel de mediação de referências locais e globais, articulando debates culturais, especialmente no campo da literatura, e políticos, com temas voltados ao progressismo do Brasil com as transformações mundiais.

Além de as revistas dessa época produzirem expressões vibrantes de modernismo artístico, esses conteúdos impactaram atitudes e comportamentos para além das elites (Cardoso, 2022). Esse impacto, nas décadas de 1950 e 1960, quando o Brasil passou por um processo acelerado de industrialização e urbanização, refletiu-se profundamente na cultura visual e material do país. No interior desses movimentos, desenvolveram-se projetos de vanguarda voltados à aproximação com a cultura popular, amparados no símbolo do nacionalismo. A revista *Senhor* apresentou-se como um espaço de experimentação e crítica, ainda que sutil a esse movimento (Basso, 2005).

A heterogeneidade do projeto gráfico da *Senhor* expressava as tensões entre tradição e modernidade em âmbito local e global, sintetizando um Brasil em transformação. Embora vinculada ao modernismo, a revista não se limitava à reprodução de modelos estrangeiros, refletindo uma modernidade múltipla e desigual. Para alguns, ela apontava para o socialismo; para outros, alinhava-se aos interesses das elites e ao nacional-desenvolvimentismo.

Enquanto promovia progresso e consumo, também aprofundava desigualdades. De um lado, uma elite com acesso a bens culturais e bairros planejados; de outro, uma população marginalizada, excluída dos benefícios desse desenvolvimento (Niemeyer, 2002; Basso, 2005).

O modernismo promovido por *Senhor* priorizava a experimentação, rejeitando o modelo de massas dos países centrais que, embora promettesse progresso universal, perpetuava desigualdades. O conceito de modernidade alternativa surgiu como resposta a essas tensões, propondo formas flexíveis de relacionar-se com o mundo. O projeto gráfico de *Senhor* refletia esse pensamento efervescente, transitando

entre os limites do modernismo e, por vezes, desafiando-o. Ao integrar elementos locais e globais, a revista não apenas dialogava com o *ethos* da sociedade, mas também contribuiu para a construção de uma modernidade plural.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo da análise de elementos gráficos, textuais e editoriais da revista *Senhor*, em articulação com seu contexto sociopolítico e cultural, compreendeu-se seu papel como artefato de memória gráfica e mediador cultural. Como os resultados apontam, embora inovadora no design editorial e na linguagem visual, a revista construiu um espaço discursivo voltado a um público intelectualizado e elitista, promovendo uma visão específica da modernidade brasileira. *Senhor* articulava um imaginário sofisticado de masculinidade e cultura, alinhado a referências estrangeiras, mas também reafirmava hierarquias de classe e gênero. Apesar de representar transformações culturais e políticas da época, seu discurso restringia-se a um ideal normativo, excluindo outras vivências e reforçando desigualdades estruturais.

Como artefato de memória gráfica, a revista *Senhor* é um documento que captura, ainda que discretamente, valores e opressões que historicamente se perpetuam no tecido social brasileiro. No campo das representações, imagens não são apenas ilustrações neutras da realidade, elas são partícipes da construção do imaginário coletivo. No contexto de *Senhor*, essa lógica traduz-se na ausência sistemática de qualquer representação que escape aos moldes da masculinidade branca, de elite e culturalmente privilegiada. A publicação, ao longo de suas edições, não abria espaço significativo para a pluralidade de vivências e experiências masculinas existentes no Brasil, restringindo-se a um ideal normativo de homem que reforçava as desigualdades de gênero, raça e classe. A seletividade temática da revista *Senhor* — centrada em literatura, artes plásticas, comportamento sofisticado e debates intelectuais — dialogava com um público letrado e elitizado, que se via como protagonista da modernidade.

Mais que veículo de entretenimento ou reflexão, a revista funcionava como instrumento de distinção social. A linguagem, as referências e a construção de um leitor ideal evidenciam este objetivo: consolidar um espaço discursivo que reafirmasse a masculinidade como domínio exclusivo, garantindo a reprodução do modelo patriarcal. *Senhor*, assim, torna-se testemunho de como representações visuais e discursivas sustentam (e ainda sustentam) estruturas sociais excludentes e hierarquizadas.

Ao analisar a revista sob uma perspectiva crítica, constatamos que, apesar da proposta moderna e inovadora, *Senhor* não rompia com os valores patriarcais. Ao reafirmar o homem branco, letrado e de elite como centro das representações, reforçava hierarquias que excluía outros grupos da visibilidade cultural. Seu legado, portanto, ultrapassa o impacto gráfico e histórico, pois revela como a cultura visual atua como dispositivo de poder: molda percepções, consolida privilégios e perpetua desigualdades estruturais. A revista exemplifica como projetos esteticamente progressistas podem, simultaneamente, manter estruturas excludentes sob uma aparência de modernidade e sofisticação.

Este trabalho contribui para os estudos sobre memória gráfica, design editorial e cultura visual no Brasil, explorando o vasto material disponível para compreender as dinâmicas estéticas e intelectuais da época. Ao propor novas leituras sobre a relação entre design gráfico e processos sociopolíticos, evidencia como as escolhas visuais da revista *Senhor* refletiam hierarquias de classe e gênero, além das intenções de seus produtores. Assim, o estudo enriquece o campo da história do design ao incorporar uma abordagem que vai além da estética, considerando os significados culturais e políticos presentes nas práticas editoriais dos anos 1960.

Apesar das contribuições, o estudo enfrentou limitações que impactaram os resultados. O recorte temporal (1959–1964) permitiu foco na fase inicial da revista (1959 e 1960), mas impediu a análise de desdobramentos posteriores. A escolha das 16 primeiras edições também foi desafiadora, pelo acesso restrito e pela falta de digitalização. Outra limitação foi a escassez de estudos recentes sobre *Senhor*, cuja literatura disponível data majoritariamente dos anos 2000 e tem acesso restrito. Além disso, a impossibilidade de consultar todas as edições comprometeu a abrangência da análise.

Para estudos futuros, recomenda-se aprofundar a pesquisa em diferentes direções. Uma possibilidade é a análise comparativa de *Senhor* com outras revistas contemporâneas, especialmente latino-americanas, para investigar como diferentes publicações articularam discursos sobre modernidade e identidade cultural. O recorte também pode ser ampliado para incluir questões de raça, gênero e classe, analisando como tais aspectos foram tratados ou silenciados visual e textualmente. Como desdobramento, propõe-se uma análise sistemática do grau de inovação de *Senhor*, considerando seu impacto no editorial brasileiro e seu diálogo com revistas internacionais da mesma época.

REFERÊNCIAS

A REVISTA NO BRASIL. São Paulo: Abril, 2000.

ASSMANN, Jan. **Cultura e memória**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

BASSO, Eliane Fátima Corti. **Revista Senhor: modernidade e cultura na imprensa brasileira**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2005.

BUSTAMANTE, Cibele. **As cores na revista Senhor**. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <https://www.esdi.uerj.br/projetos/2535/as-cores-na-revista-senhor>. Acesso em: 28 jan. 2025.

CARDOSO, Rafael. **Modernidade em preto e branco: arte e imagem, raça e identidade no Brasil, 1890-1945**. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

FARIAS, Priscila Lena; BRAGA, Marcos da Costa. **Dez ensaios sobre memória gráfica**. São Paulo: Blucher, 2018.

INSTITUTO CULTURAL CASA MUSEU CARLOS SCLIAR. **Portal**. Instituto Cultural Casa Museu Carlos Scliar. Disponível em: <https://carlosscliar.com.br/sobre/>. Acesso em: 21 fev. 2025.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo (1890-1922)**. São Paulo: Edusp, 1995.

- MARTINS, Ana Luiza. Fontes para o patrimônio cultural: uma construção permanente. In: PINSKY, Carla Bassanezi; LUCA, Tânia Regina de (Orgs.). **O historiador e suas fontes**. São Paulo: Contexto, 2009. p. 280-308.
- MCCRACKEN, Grant. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 47, n. 1, p. 99-115, mar. 2007. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902007000100014>
- MELO, Chico Homem de. **O design gráfico brasileiro: anos 60**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- MILLER, Daniel. **Cultura material e consumo de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- NIEMEYER, Lucy Carlinda da Rocha de. **O design gráfico da revista Senhor: uma utopia em circulação**. 323f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2002.
- RAWSTHORN, Alice. **design como atitude**. São Paulo: Ubu, 2024.
- TUNSTALL, Elizabeth. **Decolonizing design: a cultural justice guidebook**. Londres: MIT Press, 2023.
- VOKS, Douglas Josiel; SILVA, Vivian da Veiga. A manutenção do patriarcado através da imagem de um novo homem na revista Claudia (Década de 1990). **Fronteiras**, v. 24, n. 44, p. 224-239, 8 jul. 2022. <https://doi.org/10.30612/frh.v24i44.16522>

Sobre os autores

Gabriela De Laurentis: doutoranda em Design pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Pesquisadora associada do Laboratório de Pesquisa NUDE Design Corpo Tecnopolítica.

Plínio Balbino: mestrando em Design pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Pesquisador associado do Laboratório de Pesquisa CURA Cultura Urbanismo Resistência.

Conflito de interesses: nada a declarar – **Fonte de financiamento:** Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

Contribuições dos autores: De Laurentis, G.: Conceituação, Curadoria de Dados, Análise Formal, Investigação, Metodologia, Administração do Projeto, Visualização, Escrita – Primeira Redação, Escrita – Revisão e Edição. Balbino, P.: Conceituação, Curadoria de Dados, Análise Formal, Investigação, Metodologia, Administração do Projeto, Visualização, Escrita – Primeira Redação, Escrita – Revisão e Edição.

