

**MODA NA REVISTA SR PARA ELES**  
**ANÁLISE DOS EDITORIAIS DE MODA MASCULINA DA REVISTA SENHOR**  
**(1959-1963)**

**Fashion for Him inside Magazine *Senhor* - (Analysis of male fashion editorials).**

**André Ribeiro de Barros**

Curso de Arquitetura e Urbanismo

Faculdade de Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo, UNICAMP

andrerb@gmail.com

## **RESUMO**

Esta pesquisa pretende analisar os editoriais de moda masculina<sup>1</sup> da *Revista Senhor* publicada de março 1959 a janeiro 1964. Tal revista tinha como público alvo o homem ‘moderno’ ávido por conhecimento e cultura sobre todas as áreas, da política a moda, da literatura a economia. Num total de cinquenta e nove volumes, são exemplares de uma iniciativa singular, uma revista dedicada ao público masculino. Com a pretensão de entender e dialogar com o homem desta época.

Esses editoriais de moda traduziam aos seus leitores, as tendências em vestuário e comportamento. Esta pesquisa pretende então, entender de que maneira a roupa era apresentada ao leitor, como se dava a construção desses editoriais, quais os suportes usados pelos editores de arte e moda para formação da idéia de moda.

**PALAVRAS-CHAVES:** Revista *Senhor*; editorial moda masculina; artes plásticas.

## **ABSTRACT**

The following research analyses the male fashion editorials of the magazine “*Revista Senhor*”, published from March 1959 to January 1964. The magazine was oriented to the “modern” men, avid for knowledge and culture, from politics to fashion, from

---

<sup>1</sup> Em andamento com a pesquisa (CNPq/ Pibic e SAE) sobre Flávio de Carvalho, moda e vestuário, intitulada *Flávio de Carvalho: estudos antes da Experiência número 3*, que tem como foco de estudo os desenhos e investigações do multi-artista para o lançamento de um traje para o homem dos trópicos.

literature to economics. The whole amount of fifty-nine volumes are a great example of an unique initiative dedicated specifically for men, wishing to understand and dialogue with the male of its generation.

The fashion editorials translated the behavior and latest trends to the readers. This research intends to understand how clothing and fashion were presented to the reader, and how were these editorials constructed, as well as the basis used by the art and fashion directors in the formation of the fashion concept at the time.

**KEY-WORDS:** Magazine *Senhor*; male fashion editorials, art.

## INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA

*Esta revista lhe permitirá o mais completo conhecimento sobre o homem, suas manias, seus cacoetes, sua tática, seus pensamentos, seu ponto de vista, suas idiossincrasias, seu humor, maneira de vestir, de calçar, de comprar, falar, gostar, mentir, viver e morrer.*

*Assim fazendo uma revista exclusivamente para homens, estamos – mais do que nunca – trabalhando para que você tenha uma vida melhor. E nós também.*<sup>2</sup>

## A REVISTA SENHOR

A *Revista SR*<sup>3</sup> publicação da editora Delta, de propriedade de Simão Waissman, foi criada quando esse editor percebeu no mercado editorial a brecha para uma revista de variedades com alta qualidade, dedicada a um público masculino sofisticado. Waissman entra em contato com Nahum Sirotsky por saber que este tinha semelhante vontade e juntos dão forma a revista.

Dentro do conceito de revista de variedades - dirigida a um grande público masculino, ainda que educado e sofisticado, porém não iniciado - o conteúdo interno da revista traz todo teor necessário ao conhecimento do homem moderno. Literatura,

---

<sup>2</sup> Trecho do primeiro editorial – março de 1959 - dirigido aos homens e as eventuais mulheres que pudessem vir a comprar e ler a revista. O editor deixa claro em seu texto, a quem a revista se dirigirá a partir daquela página.

<sup>3</sup> As grafias *Revista SR* e *Revista Senhor* eram ambas usadas para a mesma revista. A publicação possuía liberdade para inserir na capa a que mais se encaixasse com a diagramação e, sobretudo, a ilustração.

política, economia, humor, moda, até a publicidade recebe tratamento especial nas páginas da revista.

O corpo editorial era composto por artistas plásticos como Bea Feitler, Carlos Scliar, Glauco Rodrigues, Jaguar, Fortuna e Ziraldo. Recebiam ainda, colaborações especiais da literatura reconhecida de Carlos Drummond de Andrade, Clarice Lispector, Ferreira Gullar e outros escritores contemporâneos aos leitores. Tinham a frente da revista como editor redator chefe, o jornalista Nahum Sirotsky, auxiliado por Paulo Francis. Luiz Lobo era redator e Newton Rodrigues, colunista.

Carlos Scliar, artista plástico, ficou a frente da revista, como diretor do departamento de arte no período entre março de 1959, lançamento da revista, até julho de 1960, quando Glauco Rodrigues, que já parte integrante da equipe editorial assumiu o comando deste departamento por somente, seis meses. Michael Burton ficou a frente da diretoria de arte por quatorze edições.

Cinquenta e nove edições da *Revista Senhor* chegaram às bancas de todo o Brasil, sendo que até março de 1962, sob cuidados da mesma editora e mesmo corpo editorial, quando é vendida a outra editora, e para alguns autores<sup>4</sup>, o fim da época de ouro da revista. A cada edição era dedicada uma capa ilustrada por um dos artistas-*designers* que compunham a equipe de publicação. A revista em si era tratada como uma obra de arte. Cada componente se integrava em um conjunto harmônico. Ilustração, texto, tipografia e composição formatavam a revista da primeira a última página. Tal integração possibilitava a fácil leitura e fruição do conteúdo impresso.

## **A MODA NA SENHOR**

Como parte da vida cotidiana, a moda estava presente nas páginas da *Revista SR*, mostrando as últimas tendências em moda na referida década. Moda, vestuário e comportamento somados a fantasias, desejos e aspirações estampam as páginas dedicadas à moda no interior da revista, configurando o cenário de propagação das regras do viver em sociedade, do uso de signos de reconhecimento cultural. Pois a moda

---

<sup>4</sup> MELO, Chico Homem de. Op cit.

como conhecemos é uma manifestação ocidental, silenciosa e de parâmetros mutáveis a cada estação, como aspecto visual construído como linguagem por cada um de nós.

A roupa serve ao seres humanos como proteção as intempéries e como proteção social, servindo muitas vezes de escudo a sociedade a qual se está inserido. A escolha do vestuário está ligada diretamente à mensagem (ideais, ambições, crenças) que se deseja transmitir, o que se sente ao exibir certo visual, ao portar certa aparência.

Nos anos de 1960, os ícones da moda, Yves Saint-Laurent, Mary Quant, André Courrèges e outros estão traduzindo pela primeira vez a moda da rua para as grandes casas de alta costura<sup>5</sup>. Este período está se curvando a uma nova realidade, já não existindo uma moda única e sim, uma multiplicidade de propostas<sup>6</sup>. A juventude vivida como uma entidade que possui poder de compra de um mercado próprio.

Neste contexto, paletó cintado, gravatas largas e botinas, dominam o prêt-à-porter masculino, com uma escolha de materiais novos, introduzindo uma leveza na construção das peças e na simplificação dos detalhes, levando a uma outra postura. Segundo Baudot, a linha aproxima-se da forma do corpo, as calças de ‘cintura baixa’, ombros em forma de pagode, cabelos varrendo a gola comprida e pontuda das camisas com pences, fazem com que o homem admita mais facilmente no futuro uma elegância que não afete sua masculinidade.

## ***OS EDITORIAIS DE MODA***

Os editoriais de moda são mediadores entre os produtores de moda e os consumidores sobre esta linguagem das aparências. Apresentam imagens carregadas de mensagens - informações codificadas - aos leitores por meio de signos. Esses signos são expressos através da fotografia, meio que melhor exprime tais mensagens.

Por ser uma revista dirigida ao público masculino, os editoriais da revista utilizavam-se da figura feminina como acessório, prendendo à atenção do leitor, já que a idéia de construção de uma identidade pelo homem através do uso de vestuário era vista com reservas, conceito que sofreu grandes alterações desde então, principalmente a

---

<sup>5</sup> “A idéia da minissaia não é minha, nem de (André) Courrèges, confessará Mary Quant. “Foi a rua que a inventou”. (BAUDOT, 2002:224)

<sup>6</sup> A transição para a sociedade pós-industrial, no final da década de 1960 fez com que as pessoas fossem menos coibidas por sua identidade pessoal do que no passado. (CRANE, 2006: 337).

partir de 1990<sup>7</sup>. Tais editoriais tornavam público às idéias, o ‘como ser’ um homem na década de 1960, vendendo fantasias, desejos e aspirações do homem moderno heterossexual, assumindo a suma importância da roupa na construção da identidade<sup>8</sup>.

Resumidamente, a construção de um editorial deste tipo se inicia com a definição da intenção que se deseja transmitir através de uma pauta, muitas das vezes, discutida em conjunto com os editores e produtores de moda e arte. Esta decisão tomada, estes profissionais escolhem as roupas que serão usadas, os modelos, a locação da filmagem, o fotógrafo e outros detalhes.

Contudo, o editorial necessita de alguma maneira transmitir claramente aos seus leitores a intenção dos editores e produtores através da revista. A intenção primeira é a decodificação do que é visto nos desfiles de moda, por profissionais iniciados no assunto, neste caso os editores de moda, aos não-iniciados, os leitores. Essa transmissão é feita com o uso da fotografia de moda a partir de uma história a ser contada.



*O verão e Eunice – A moda e a môça.* Editorial da edição de fevereiro de 1960. p 40-43

imagens: obtidas na Biblioteca do MASP.

## ***A FOTOGRAFIA NO EDITORIAL DE MODA***

A *Revista SR* trazia mensalmente as bancas um volume repleto de ilustrações, compostas por gravuras, desenhos, caricaturas, diagramação, tipografia e fotografias. A

<sup>7</sup> **CONEKIN, Becky.** *Colocando o Playboy na Moda: mensagens de estilo e masculinidade nas páginas da Revista Playboy, 1953-1963.* Artigo publicado na Revista *Fashion Theory*. volume 1, número 4. Editora Anhembi Morumbi, Dezembro 2002.

<sup>8</sup> CRANE, Diana. Op cit.

fotografia é utilizada na composição da revista como matéria-prima, não havendo registro fotográfico bruto, a publicação não conta com foto-jornalismo, não é foco principal da editoria. Desta maneira, as composições apresentam porções de fotografias, compondo um todo harmônico, necessário à transmissão de idéias.

Os editoriais de moda e a publicidade<sup>9</sup> geravam uma demanda visual não contemplada pela ilustração, necessitavam retratar com fidelidade sejam roupas e acessórios, ou então, produtos a serem comercializados.

E como já dito acima, a fotografia como matéria-prima dá corpo aos editoriais, permitindo a criação de histórias e fábulas onde a roupa, os acessórios, o penteado - a moda - é o ator principal. Os ensaios fotográficos decodificam os signos da moda para o homem contemporâneo comum: público alvo da revista.

## **OBJETIVOS E METODOLOGIA**

O objetivo desta pesquisa é realizar uma investigação sobre os editoriais de moda masculina da *Revista Senhor*, desvendando em seus textos visuais a construção da idéia de moda para o mundo do homem urbano e sofisticado, leitor de tal publicação.

Para tanto, será necessária a intersecção com textos da década de 1960 abordando o tema moda masculina, já que a moda feminina sempre teve a maior atenção dos designers e dos pesquisadores, bem como do entendimento do contexto histórico, artístico e cultural do período, que se mostra singular no desenrolar do contexto político e artístico brasileiro.

E ainda, a(s) maneira(s) pela qual (is) essas informações, agora decodificadas, são transmitidas impressas nas páginas da revista, isto é, primeiramente, como os editoriais de moda em geral são construídos, entendendo a dinâmica entre concepção do editorial e os profissionais envolvidos, entre eles, editores de arte moda, fotógrafo e outros.

A decodificação a partir dos textos visuais se dará com a análise dos inúmeros editoriais de moda, selecionando exemplos categorizantes para análises pormenorizadas, levando-se em conta, sua qualidade gráfico-visual; os seus aspectos frente à moda, a partir das roupas e acessórios presentes e da conversa artístico-cultural presente no contexto da revista. Os textos gráficos que acompanham os textos visuais (editoriais de

---

<sup>9</sup> Por não ser o alvo de investigação desta pesquisa, detive-me em expor mais claramente sobre a fotografia de moda e a fotografia utilizada para a composição dos editoriais de moda. Contudo, a publicidade da Revista SR era produzida dentro do corpo editorial da publicação, permitindo a utilização da mesma linguagem gráfica e artística.

moda em si) serviram de apoio para as análises imagéticas, a partir do confronto dos dois discursos impressos – textual e visual – sempre observando que tipo de dependência há entre os dois, complemento, igualdade ou divergência.

## **REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA**

Biblioteca do Museu de Arte de São Paulo, MASP.

Acervo Revistas Brasil. Título: **(REVISTA) SENHOR. Coleção: N.1-55 (1959-1963)**

**BAUDOT, François.** *Moda do século.* São Paulo: Cosac Naify, 2002.

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

**DENIS, Rafael Cardoso.** *Uma introdução à história do design.* São Paulo: Editora Edgard Blücher, 1999.

**LIPOVETSKY, Gilles.** *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades complexas.* São Paulo: Companhia da Letras, 1991.

**MELO, Chico Homem de.**(Org). *O design gráfico brasileiro: anos 60.* São Palo: Cosac & Naify, 2006.

**SONTAG, Susan.** *Ensaio sobre a fotografia.* Rio de Janeiro: Arbor, 1981.

**SANT'ANNA, Patrícia.** *Desfile de Imagens. Um estudo sobre a linguagem visual das revistas de moda (1990-2000).* Campinas: dissertação de mestrado em Antropologia Social IFCH-UNICAMP, 2002.

**WOLFFLIN, Heinrich.** *Conceitos fundamentais da historia da arte: o problema da evolução dos estilos na arte mais recente.* São Paulo: Martins Fontes, 1989.

Currículo Resumido.

André Ribeiro de Barros é graduando em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade de Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo (UNICAMP). Realizou a pesquisa de iniciação científica financiada pela PIBIC/CNPq e SAE/UNICAMP intitulada *Flávio de Carvalho: estudos antes da Experiência número 3*, sobre os artigos publicados no jornal Diário de S. Paulo, sob o título de A moda e o novo homem, concluída em agosto/2008.