

Imaginários excludentes: raça e gênero no design da revista *Senhor*

Imaginarios excluyentes: raza y género en el diseño de la revista Senhor

Exclusionary imaginaries: race and gender in the design of Senhor magazine

Plínio B., Gabriela D. L., Aline H., Joana B.

memória gráfica, design editorial, revistas ilustradas, representatividade

Este artigo analisa duas edições da revista *Senhor* (1959 e 1960), discutindo como seu design editorial contribuiu para imaginários excludentes de raça e gênero. A análise pictórica das capas de Carlos Scliar e Bea Feitler, e do editorial inaugural, problematiza como a publicação reforçava uma narrativa elitista, branca e masculina. A partir da memória gráfica, cultura material e abordagens críticas do design, discute como a cultura material pode legitimar hierarquias sociais. Ao problematizar as escolhas visuais e discursivas, aponta-se a necessidade de práticas inclusivas no design editorial que ampliem a representatividade de gênero e raça, e que desafiem padrões estabelecidos no design e na mídia.

memoria gráfica, diseño editorial, revistas ilustradas, representativdad

Este artículo analiza dos ediciones de la revista Senhor (1959 y 1960), discutiendo cómo su diseño editorial contribuyó a imaginarios excluyentes de raza y género. El análisis pictórico de las portadas de Carlos Scliar y Bea Feitler, y del editorial inaugural, problematiza cómo la publicación reforzaba una narrativa elitista, blanca y masculina. Desde la memoria gráfica, la cultura material y enfoques críticos del diseño, se discute cómo la cultura material puede legitimar jerarquías sociales. Al cuestionar estas elecciones visuales y discursivas, se señala la necesidad de prácticas inclusivas en el diseño editorial que amplíen la representatividad de género y raza, y desafíen los estándares establecidos.

graphic memory, editorial design, illustrated magazines, representativity

This article examines two issues of Senhor magazine (1959 and 1960), discussing how its editorial design fostered exclusionary imaginaries of race and gender. The pictorial analysis of covers by Carlos Scliar and Bea Feitler, along with the inaugural editorial, critiques how the publication reinforced an elitist, white, and masculine aesthetic. Drawing on graphic memory, material culture, and critical design approaches, it explores how material culture legitimizes social hierarchies. By challenging these visual and discursive choices, the study highlights the need for inclusive editorial design practices that expand representation of gender and race, and question established norms in design and media.

1 Introdução

A revista *Senhor* (1959-1964), marco do design editorial brasileiro, consolidou-se como um artefato cultural que refletiu e reforçou valores de uma elite intelectual masculina e branca, projetando uma modernidade esteticamente sofisticada, mas socialmente excludente. Este artigo examina como seu design gráfico, analisado a partir de duas capas emblemáticas, assinadas por Carlos Scliar e Bea Feitler, e do discurso editorial, contribuiu para naturalizar hierarquias de gênero e raça, perpetuando imaginários que marginalizavam mulheres e grupos não brancos. Para isso, articula estudos de memória gráfica, de cultura material, bem como tópicos do Design da Informação e de abordagens críticas do design.

A memória gráfica constitui um campo essencial nos estudos de cultura material e design editorial, ao conectar a história dos artefatos visuais às identidades culturais construídas ao longo do tempo. Publicações ilustradas, por sua natureza, participam desse processo ao consolidar narrativas visuais que influenciam a percepção social e estética de um período histórico, mediando interações e experiências sociais por meio dos artefatos gráficos (Farias & Braga, 2018). A inserção desses elementos na dinâmica sociocultural amplia a discussão sobre o papel do design editorial não apenas na organização da informação, mas também na articulação de discursos que refletem valores, crenças e hierarquias.

A cultura material, por sua vez, enfatiza como objetos de consumo acumulam significados simbólicos, sendo intermediários das relações sociais e das práticas culturais (Miller, 1987; McCracken, 2007). O estudo de artefatos gráficos permite compreender como os discursos sobre modernidade, identidade e poder se materializam na comunicação visual de um determinado contexto histórico.

Para compreender os discursos visuais presentes nas capas da revista, recorreremos a conceitos do Design da Informação (SBDI, Brasil, 2020), com atenção à articulação entre linguagem pictórica e verbal na construção de narrativas culturais (Twyman, 1985). A organização dos elementos gráficos, a hierarquização do conteúdo e a escolha dos recursos visuais não apenas influenciam a experiência do leitor, mas também determinam como esses impressos constroem e perpetuam narrativas culturais.

As revistas ilustradas atuavam na difusão de imaginários sociais no Brasil do século XX, consolidando representações que reforçam valores culturais dominantes. *Senhor* seguia, em seu contexto histórico, uma lógica gráfica e editorial alinhada aos padrões de sofisticação e modernidade vigentes à época, que hoje compreendemos a partir dos avanços nos estudos de raça e gênero como vinculados a uma perspectiva elitizada e excludente. Essa leitura crítica é possibilitada por referenciais contemporâneos que reconhecem a branquitude como uma posição racial de privilégio, socialmente estruturada e historicamente legitimada como norma universal de humanidade (OBD, 2024). Tal estrutura moldava a estética da revista e determinava os sujeitos legitimados nesse universo simbólico. A ausência de representações divergentes evidencia, assim, a manutenção de uma hierarquia visual que reafirma um ideal de modernidade atrelado à experiência branca.

Paralelamente, a publicação reforçava dinâmicas patriarcais em suas imagens e discursos. O patriarcado, entendido como modelo organizacional que centraliza a masculinidade e subordina outras identidades na estrutura social (Lima & Souza, 2015), manifestava-se na seleção de conteúdos e na concepção gráfica. O domínio editorial por homens brancos consolidava um imaginário no qual mulheres e identidades marginalizadas eram secundarizadas ou ausentes. A restrição do protagonismo feminino na construção visual da revista evidencia como a narrativa patriarcal moldava as representações e perpetuava a exclusão sistemática das mulheres no design editorial da época, naturalizando a dominação masculina no espaço social e simbólico (Voks & Silva, 2022).

Ao identificar como a revista estruturava sua narrativa visual, a análise contribui para compreender as estratégias que reforçam e naturalizam a centralidade masculina e branca no design editorial brasileiro. Nesse contexto, problematiza-se a construção de gênero como um projeto cultural, no qual designers atuam ativamente como agentes dessa fabricação social: “Se gênero é fabricado, designers também são seus projetistas” (Menezes, Grassine & Altmayer, 2023, p. 272).

2 A revista *Senhor* (1959-1964)

Com um projeto gráfico sob a direção artística de Carlos Scliar (1920-2001), as visualidades presentes na revista *Senhor* refletiam de certa forma uma ideologia da modernização (Instituto Cultural Casa Museu Carlos Scliar, 2025). Pioneiro da arte moderna no Brasil, trouxe sua experiência como pintor e gravador para o design gráfico editorial. Como diretor de arte da revista *Senhor* de 1959 a 1960, desenvolveu um projeto visual inovador que substituiu as tradicionais capas fotográficas por ilustrações artísticas, inspirado em publicações como *The New Yorker* e *Esquire* (Itaú Cultural, 2022). Sua abordagem harmonizava identidade visual e conteúdo com influências cubistas e do modernismo europeu (Instituto Cultural Casa Museu Carlos Scliar, 2025; Basso, 2005; Melo, 2006).

Bea Feitler (1938-1982), colaboradora da revista *Senhor*, mudou-se para Nova Iorque em 1957 para estudar na *Parsons School of Design*, formando-se em 1959. De volta ao Brasil no início dos anos 1960, trabalhou na revista *Senhor*, além de ter desenvolvido projetos marcantes como a capa de *O Homem Nu* de Fernando Sabino, destacando-se pelo uso figurativo da tipografia. Nos EUA, tornou-se diretora de arte da *Harper's Bazaar* e da revista *Ms.*, consolidando sua abordagem singular que harmonizava fotografia e design (Itaú Cultural, 2025). A relevância da atuação de Feitler no cenário editorial brasileiro torna ainda mais significativa a análise de suas contribuições visuais, o que permite observar, além das decisões gráficas, a presença de discursos sociais que operam na construção das imagens e discursos.

Senhor, reconhecida por seu enfoque cultural, combinava artes plásticas, cartum, fotografia e tipografia, com diagramação inovadora e distinta (Melo, 2006). Marcada pelo cosmopolitismo e pela busca de identidade própria, sua estética reflete um momento de transição no design e na comunicação gráfica brasileiros (Basso, 2005).

O próprio nome da revista sugere tanto seus produtores quanto seu público. Era consumida por homens da elite econômica e intelectual, muitos deles clientes da Editora Delta, responsável por sua publicação, e consumidores habituais de produtos culturais de prestígio. Entre esses produtos, destaca-se a Enciclopédia Delta-Larousse, considerada um dos mais valorizados da editora (Niemeyer, 2002). Com um perfil composto por profissionais liberais e empresários que associavam cultura a status, a revista reforçava esse posicionamento por meio de uma assinatura significativamente mais cara do que a de publicações populares como *Manchete* e *O Cruzeiro*, ambas da editora Bloch. Com uma tiragem pequena e de alcance limitado, consolidou-se como símbolo de distinção social e intelectual (Basso, 2005; Niemeyer, 2002; Melo, 2006).

O conteúdo editorial da revista abrangia cultura, política, economia e entretenimento, com ênfase no jornalismo cultural e predominância de textos literários e críticos (Basso, 2005; Melo, 2006). Refletia a modernização do Brasil nos anos 1960 e as transformações vividas pela sociedade. Como espaço de formação intelectual e difusão cultural, articulava referências internacionais com uma perspectiva atenta às particularidades locais brasileiras, refletidas em seu design editorial e conteúdo.

Como objeto de estudo, a revista se insere no debate sobre a construção de identidades coletivas, projetando um ideal de modernidade que influenciou gerações futuras no design gráfico.

Embora a modernidade fosse uma temática recorrente, a revista também contribuiu para a manutenção de estereótipos, ao mesmo tempo em que permanece como um veículo para a compreensão das intersecções entre design, cultura e política na história brasileira.

A revista não se limitou a registrar esse momento histórico, mas também serviu como um espaço de reafirmação dos valores da elite urbana, que se beneficiava dessas transformações (Basso, 2005). Com base nessas considerações, o design de *Senhor* resulta de um processo social ao transmitir e reforçar discursos modernizantes da época, tanto por meio de suas narrativas quanto pelas escolhas projetuais.

3 Imaginários excludentes – o “senhor” do olhar

Para compreender como a revista *Senhor* elaborava sua narrativa visual, analisamos suas capas, que funcionavam como um cartão de visita da publicação. As escolhas gráficas e simbólicas dessas composições não apenas refletiam as tendências estéticas da época, mas também indicavam hierarquias sociais, de gênero e raça que permeavam seu projeto editorial.

Nos primeiros dezesseis números da revista, publicados entre 1959 e 1960 (Figura 1), observamos um padrão visual e conceitual em que a linguagem pictórica faz uso da ilustração e de referências às vanguardas artísticas com liberdade de experimentação gráfica. Quando representa figuras masculinas e femininas, e até mesmo seus pertences, reforça padrões da construção da masculinidade e das relações de gênero no contexto da época.

Figura 1 - 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. Fonte: Melo, 2006, p.105.



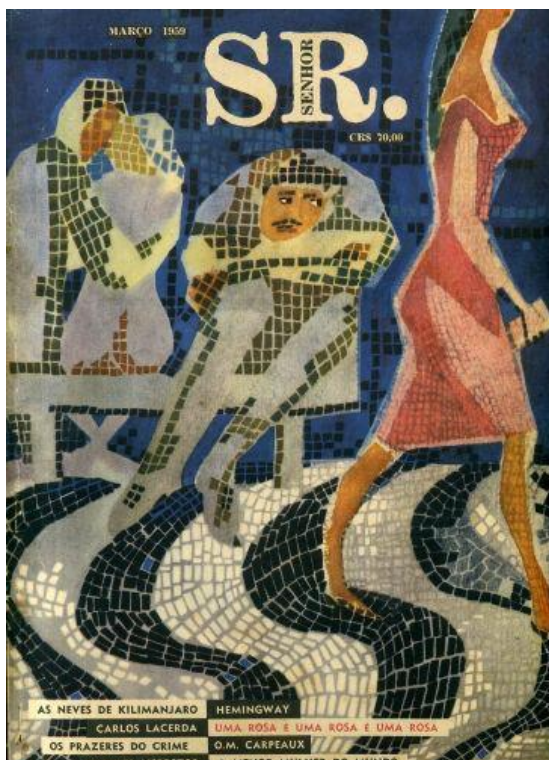
Quando retratada, a presença masculina nessas capas aparece como protagonista ou em posição de superioridade em relação às figuras femininas.

Análise pictórica das capas: abordagem metodológica

Para análise, selecionamos duas capas emblemáticas: da primeira edição de *Senhor* (março/1959), ilustrada por Carlos Scliar, e a da décima sexta (junho/1960), assinada por Bea Feitler. Nas 16 edições que compõem o período áureo da revista (1959-1960) (Figura 1), Glauco Rodrigues realizou 11 capas, Scliar 2, Jaguar 1, Bea Feitler 1, e 1 foi uma reprodução de Van Gogh, indicando uma predominância masculina e a exceção feminina nesse time criativo.

Essa disparidade justifica, por um lado, a escolha das capas inaugural e final do período (Figura 2), ressaltando o contraste entre a produção majoritária masculina e a escassa contribuição feminina. Por outro, ao ampliar a discussão para a análise pictórica e considerar o contexto cultural dos anos 1960, a comparação dessas imagens destaca não apenas a unidade gráfica da revista, mas também a persistência de representações estereotipadas de raça e gênero nas escolhas editoriais.

Figura 2 - Capas da revista *Senhor*: edição nº 1 (1959) e edição nº 16 (1960). Fonte: [Livraria Traça](#) e [Folha de S.Paulo](#).



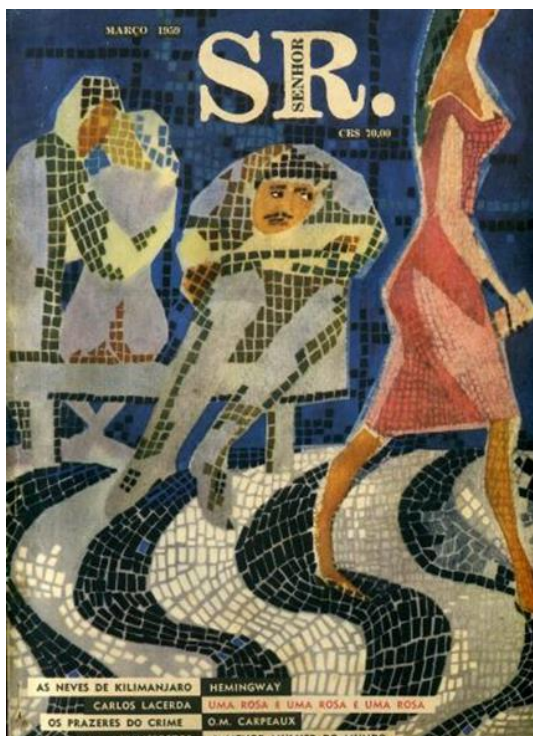
Com base na sistematização de Ricardo Cunha Lima (2009), adotamos a metodologia de análise pictórica proposta por Evelyn Goldsmith (1980). Formulada em um contexto em que, segundo a autora, muitos consideravam ineficaz uma análise da linguagem visual: “Seu modelo adota a terminologia da teoria de Charles Morris (1938), que analisa a linguagem em três níveis semióticos: o sintático, semântico e pragmático” (Lima, 2009, p. 48). Esses níveis operam em articulação com quatro fatores de análise: unidade, locação, ênfase e texto paralelo. No

entanto, neste estudo consideramos apenas três fatores, uma vez que o texto paralelo nas capas se restringe ao título da revista e, no caso da primeira edição, a algumas chamadas, elementos que não se mostram relevantes para a análise proposta.

Capa da primeira edição da revista de 1959

A seguir, é apresentada a capa da primeira edição da revista (Figura 3) e sua análise pictórica a partir do modelo tridimensional de Goldsmith (1984) (Quadro 1).

Figura 3 - Capa da revista Senhor: edição nº 1 (1959). Fonte: [Livraria Traça](#).



Quadro 1 - Análise pictórica da capa da primeira edição da *Senhor* (1959): modelo analítico por níveis semióticos. Baseado no modelo de Evelyn Goldsmith (1984) apresentado por Ricardo Cunha Lima (2009).

Fatores de Análise	Nível Sintático	Nível Semântico	Nível Pragmático
Unidade	Repetição rítmica das curvas do calçadão cria coerência visual.	Elementos visuais representam papéis de gênero tradicionais.	Interpretação da cena como voyeurismo masculino (anos 1960).
Locação	Homem abaixo do título conduz o olhar à mulher em destaque.	Mulher centralizada, homem em posição de observador.	Homem posicionado para mirar a mulher e interpelar o leitor como voyeur.
Ênfase	Foco na figura feminina, destacada pelo contraste com o fundo.	Corpo feminino como objeto de desejo visual.	Estereótipos de gênero, com a mulher performatizada para o olhar masculino.

Nível sintático

A composição da capa estrutura-se em um plano horizontal dominado pelo ritmo gráfico do calçadão de Copacabana, representado em preto e branco, que evoca o movimento infinito das ondas do mar. A repetição de linhas curvas estabelece uma unidade visual coerente, enquanto a figura feminina, enquadrada em primeiro plano, com o corpo mostrado do pescoço para baixo, sem a cabeça, contrasta com o fundo geométrico por meio de suas formas sinuosas e do movimento sugerido pelos passos largos. A locação do homem sentado abaixo do título da revista direciona o olhar para a mulher, reforçando a hierarquia visual. A ênfase recai sobre a figura feminina, cuja silhueta é acentuada pelo contraste com o fundo.

Nível semântico

A imagem constrói significados culturais ao associar a mulher ao espaço público da praia, tradicionalmente dominado pelo olhar masculino. A unidade semântica é marcada pela identificação clara dos elementos: a mulher voluptuosa simboliza o ideal de beleza feminina objetificada, enquanto o homem, em posição de observador, encarna o "senhor" que duplica o leitor masculino. A locação semântica reforça a dinâmica de poder, com a mulher ocupando o centro da cena e o homem posicionado como espectador. A ênfase semântica reside no corpo feminino, tratado como objeto de desejo.

Nível pragmático

A capa reflete convenções socioculturais dos anos 1960, naturalizando a objetificação feminina. A unidade pragmática exige conhecimento do contexto histórico para interpretar a cena como uma representação do voyeurismo masculino. A locação pragmática do homem, que mira tanto a mulher quanto o leitor, convida este a assumir uma posição voyeurística. A ênfase pragmática reforça estereótipos de gênero, onde a mulher é performatizada para consumo visual.

Capa da décima sexta edição da revista de 1960

Já a segunda capa analisada (Figura 4) é escolhida para contrapor à outra de Scliar. Levando em conta que a autora da capa, Bea Feitler, era cercada por um ambiente majoritariamente masculino, chega a ser mais curioso ainda que a capa em que aparece uma ilustração, a pinceladas, sem retratar o rosto da figura, seja um homem e em posição de força.

Abaixo apresenta-se a capa da décima sexta edição da revista *Senhor* (Figura 4), acompanhada de sua análise pictórica (Quadro 2) com base no modelo proposto por Lima (2009).

Figura 4 - Capa da revista Senhor: edição nº 16 (1960). Fonte: [Folha de S.Paulo](#).



Quadro 2 - Análise pictórica da capa da décima sexta edição da *Senhor* (1960): modelo analítico por níveis semióticos. Baseado no modelo de Evelyn Goldsmith (1984) apresentado por Ricardo Cunha Lima (2009).

Fatores de Análise	Nível Sintático	Nível Semântico	Nível Pragmático
Unidade	Corpo e medalhas compõem uma imagem coerente de força e mérito.	Atleta representa o ideal masculino de sucesso e disciplina.	Exige reconhecimento do contexto elitista e patriarcal da revista.
Locação	Figura centralizada, com composição simétrica que foca o gesto.	Halterofilista é sujeito dominante da cena.	Centralização posiciona o leitor como admirador do desempenho masculino.
Ênfase	Gesto de força com halter elevado guia o olhar.	Exibição do corpo reforça a virilidade e carisma.	Reafirma estereótipos de gênero e exclusão de outras identidades.

Nível sintático

A composição apresenta um halterofilista com bigode, centralizado na capa, vestindo uma camisa listrada nas cores branco, verde e vermelha com duas medalhas no peito, e com o

braço erguido segurando um halter grande demais para ser sustentado com uma só mão. A imagem é marcada por uma simetria estática e pelo uso de cores complementares vibrantes que concentram o olhar na figura masculina. A unidade visual é construída pela relação entre o corpo masculino e os objetos simbólicos do desempenho atlético. A locação do atleta no centro da cena define sua superioridade visual. A ênfase recai sobre o gesto de força, reforçado pela composição vertical do braço erguido.

Nível semântico

A imagem exalta valores associados à masculinidade normativa, destacando a força física, junto à disciplina e ao ideal de sucesso. A unidade semântica se dá pela associação entre o corpo do atleta e as medalhas, símbolos de mérito e superioridade. A locação do halterofilista no centro da capa reforça sua posição como sujeito dominante e protagonista. A ênfase semântica está no gesto de exibição corporal, que reforça virilidade.

Nível pragmático

A imagem opera dentro das convenções socioculturais da década de 1960, em que o estereótipo de masculinidade é exaltado como virtude pública. A unidade pragmática requer reconhecimento do contexto histórico da revista como produto de uma elite intelectual masculina. A locação central do atleta também posiciona o espectador como admirador de seu desempenho, sugerindo um pacto visual de identificação. A ênfase pragmática recai sobre a normatividade de gênero e raça, naturalizando a exclusão de outras identidades.

Poder, exclusão e representação

As capas da revista *Senhor* construíram um imaginário masculino centrado no homem como símbolo de poder, cultura e sofisticação, alinhado aos interesses de uma elite branca e masculina. A publicação, dirigida, editada e ilustrada predominantemente por homens, não apenas refletia, mas naturalizava a perspectiva que legitima a branquitude patriarcal como detentora de poder simbólico e material (Voks & Silva, 2022).

Esse modelo se materializava, sobretudo, na escolha iconográfica das capas, que projetavam um ideal normativo de homem moderno. Embora o conteúdo sugerisse ideias progressistas, a abordagem permanecia restrita a uma elite intelectual masculina, delimitando quem era representado e a quem a revista se destinava. Ao se considerar universal, esse grupo ignorava como gênero, raça e classe moldam as experiências tanto dos privilegiados quanto dos excluídos (Voks & Silva, 2022).

As escolhas editoriais e visuais de *Senhor* reforçavam esse olhar universalizante, resultando no apagamento sistemático de mulheres e grupos não brancos. Tal seletividade não era apenas estética, mas mecanismo de manutenção de uma sociedade hierarquizada (Theodoro, 2022). Como artefato de memória gráfica, *Senhor* expõe opressões enraizadas no tecido social brasileiro. Suas imagens, longe de neutras, contribuíram para a construção de um imaginário coletivo excludente, voltado à elite cultural e letrada, perpetuando desigualdades estruturais por meio da cultura visual.

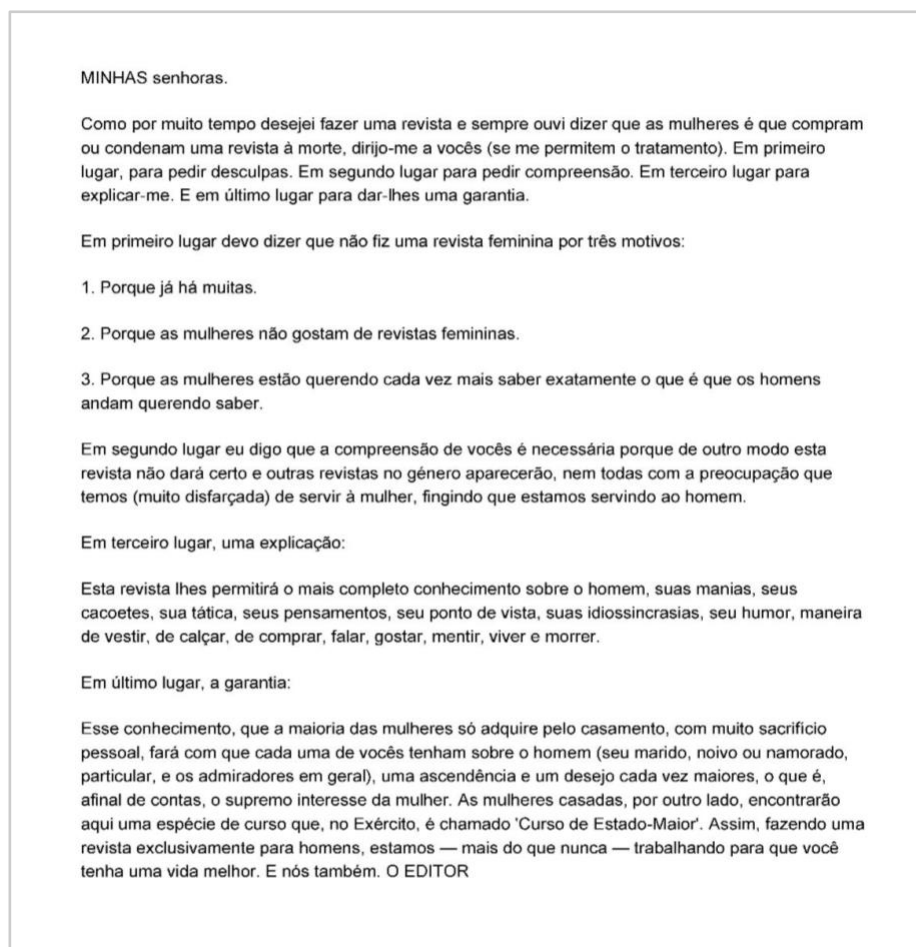
4 *Senhor* para senhores

A partir dos modelos analíticos de análise pictórica de Goldsmith (1984) adotados nas análises das capas anteriormente, concluímos que muitas soluções gráficas e visuais se dão a partir das mensagens narrativas que dialogam com o público consumidor da revista, inseridos em seu contexto cultural, e também a partir do contexto cultural de quem a projeta, seja diretores de arte, direção da revista e seus interesses.

Ao abordarmos o que Michael Twyman (1985) relaciona entre contexto cultural e usuário, o autor recorda que “o contexto cultural é o fator determinante na compreensão visual” (Lima, 2009, p. 47). A concepção popular de que imagens pictóricas são mais eficientes por serem supostamente compreendidas universalmente não se sustenta quando observamos convenções pictóricas em diferentes culturas, ou, neste caso, de temporalidades distantes, de discursos de mais de 60 anos atrás.

Para isso, fazemos uso a seguir da análise conceitual do editorial do primeiro número da revista *Senhor* (1959) para compreender a realidade social e suas escolhas de discursos (Figura 5).

Figura 5 - Editorial de abertura da revista *Senhor*: edição nº 1 (1959). Fonte: Elaboração própria a partir de editorial transcrito por Niemeyer (2002, p. 67).



Uma breve análise de três frases extraídas do editorial de lançamento da edição nº 1, apresenta narrativas presentes na ilustração da capa do mesmo número, imagem que reforça estereótipos de gênero, com a mulher objetificada, admirada por um olhar masculino.

Porque as mulheres não gostam de revistas femininas

A primeira frase, “Porque as mulheres não gostam de revistas femininas” (Niemeyer, 2002, p. 67), reflete uma opinião frequentemente expressa por grupos majoritariamente masculinos que desconsideravam a importância dos periódicos voltados ao público feminino. No entanto, periódicos femininos foram por vezes porta-vozes de pautas como o feminismo e o direito à educação das mulheres (Buitoni, 1986).

A justificativa para criar uma revista masculina apoia-se na ideia de que já existiam muitas revistas femininas, e que essas revistas não cumpriam seu papel que era de fazer compreender o homem. Mesmo não sendo mais uma revista feminina, o discurso inaugural se dirige a elas, frequentemente associadas ao público ligado ao consumo, inclusive de bens culturais. Especialmente na publicidade, “a categoria mulher, como constituída no patriarcado, é apropriada pela propaganda. Mulher é ora sujeito dos pressupostos patriarcais sobre a função das mulheres e suas necessidades como consumidoras, ora objeto de propagandas sexistas” (Buckley, [1986] 2025).

O mais completo conhecimento sobre o homem

A segunda frase destacada para análise sugere os benefícios que o público feminino obterá quando ler a revista, em suma, como a leitora será capaz de conhecer e compreender melhor o homem (Niemeyer, 2002, p. 67):

Esta revista lhes 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.

Refletindo a partir da crítica feminista do design, a mídia produzida no universo da publicidade, do design e do jornalismo sugere um ideal de mulher que compreende plenamente a mente desses homens e alcança a imagem idealizada pelo patriarcado. Os grupos feministas têm denunciado, e seguem denunciando, a representação das mulheres ideais de hoje como mães dedicadas, donas de casa eficientes, profissionais bem-sucedidas e símbolos sexuais simultaneamente. Em outras palavras, o que se propaga incansavelmente é o mito inalcançável da supermulher (Campi, 2002).

O discurso transmitido pela construção visual e verbal da *Senhor* estabelece uma conexão direta com o desejo desse homem, e a linguagem pictórica se apresenta como um reforço de significado. Isso é percebido na maioria das capas publicadas, com *layouts* realizados pelos diretores de arte da revista, homens atuantes na imprensa e nas artes, ao contrário da atuação de diretoras de arte mulheres, limitada a escassas colaborações e ao uso de sua imagem em ilustrações femininas.

Sobre o homem uma ascendência e um desejo cada vez maiores

A terceira frase extraída do editorial destaca que, segundo a publicação, o maior objetivo da mulher seria exercer influência e despertar desejo nos homens:

Esse conhecimento, que a maioria das mulheres só adquire pelo casamento, com muito sacrifício pessoal, fará com que cada uma de vocês tenham sobre o homem (seu marido, noivo, ou namorado, particular, e os admiradores em geral), uma ascendência e um desejo cada vez maiores, o que é, afinal de contas, o supremo interesse da mulher (Niemeyer, 2002, p. 68).

Quando o editorial de uma revista afirma que o supremo interesse da mulher na década de 1960 é desejar cada vez mais os homens, coloca-a em posição de subalternidade, ainda mais ao tratar da busca por influência sobre eles, referindo-se ao homem como marido, noivo, namorado ou admirador da leitora. Nesse período histórico, havia mulheres se destacando em diversas áreas, e a estratégia de esvaziar os desejos profissionais e pessoais das mulheres configurava uma estratégia de opressão do patriarcado.

Dessa forma, o design e a mídia não apenas reproduzem, mas também legitimam construções sociais que limitam a atuação das mulheres, reforçando estereótipos e hierarquias de gênero que persistem ao longo do tempo.

5 Considerações finais

Como designers, temos responsabilidade na criação de visualidades e imaginários; por isso, cada escolha gráfica, seja sintática, semântica ou pragmática, compõe o projeto de criação e contribui para a construção de sentidos. Questionar e ressignificar narrativas visuais e discursivas que moldam a percepção social, de gênero e raça possibilitam o rompimento de estereótipos e ampliam essas presenças em espaços historicamente excludentes.

A crítica feminista do design, aliada à racialização da branquitude, ao revisar produtos e mensagens veiculadas, amplia o debate sobre o acesso das mulheres a posições de influência e decisão, assim como sobre a não normalização de pessoas brancas em espaços de privilégio. Essa reflexão também exige atenção às representações masculinas, que atuam como mecanismo de exclusão ao privilegiar o homem branco. A revista *Senhor* pouco abria espaço à pluralidade de vivências masculinas no Brasil, reforçando um ideal normativo de gênero, raça e classe, reflexo de um contexto social dos anos 1960 que ainda reverbera atualmente, apesar de alguns avanços.

Buscamos contribuir para a discussão sobre a interseção entre design editorial, comunicação visual e cultura material, ampliando a compreensão sobre como a estruturação gráfica das revistas, pode reforçar hierarquias sociais e a representação de grupos de forma seletiva. As publicações ilustradas podem atuar como agentes de exclusão ou inclusão dentro do campo do design editorial e da construção da memória gráfica.

Limitações metodológicas, como o recorte temporal restrito e o acesso limitado a edições digitalizadas, impactaram a abrangência da análise. Para estudos futuros, sugerimos

abordagens comparativas com outras publicações e contextos, especialmente latino-americanos, ampliando o debate sobre modernidade, identidade cultural e diversidade.

Por fim, compreender o design como um campo de disputa simbólica e política permite avançar em direção a uma prática inclusiva e transformadora. Ao desafiar construções limitantes de gênero e raça abre-se espaço para novas representações que valorizem a diversidade e promovam uma sociedade que seja mais equitativa, na qual o design atue como ferramenta de emancipação, e não de opressão.

Agradecimento

Este trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), por meio da concessão de bolsas de pós-graduação.

Referências

- Basso, E. F. C. (2005). *Revista Senhor: modernidade e cultura na imprensa brasileira* (Tese de doutorado). Universidade Metodista de São Paulo.
- Buitoni, D. (1986). *Imprensa feminina*. São Paulo: Ática.
- Buckley, C. [1986] (2025). *Design no patriarcado* (N. Paim & T. Bettinardi, Orgs.; M. Delfini, Trad.; B. O. Serpa, Apres.). Clube do Livro do Design: Bikini Books.
- Campi, I. (2002). Diseño y género: Las aventuras de Venus en el reino de la razón. *On Diseño*, (232), 287.
- Farias, P. L., & Braga, M. da C. (2018). *Dez ensaios sobre memória gráfica*. São Paulo: Blucher.
- Goldsmith, E. (1980). Comprehensibility of illustration – An analytical model. *Information Design Journal*, 1, 204–213.
- Goldsmith, E. (1984). *Research into illustration: An approach and a review*. Cambridge University Press.
- Instituto Cultural Casa Museu Carlos Scliar. (n.d.). Sobre Carlos Scliar. Recuperado de <https://carlosscliar.com.br/sobre/>
- Itaú Cultural. (2022). Carlos Scliar. In *Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileira*. <https://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoas/3091-carlos-scliar>
- Itaú Cultural. (2025). Bea Feitler. In *Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileira*. <https://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoas/30747-bea-feitler>
- Lima, M., & Souza, R. (2015). O patriarcado e suas representações sociais. *Revista Brasileira de Estudos Feministas*, 23(3), 515–530.
- Lima, R. O. da C. (2009). *Análise da infografia jornalística* (Dissertação de mestrado). Universidade do Estado do Rio de Janeiro. <https://www.bdt.d.uerj.br:8443/handle/1/9158>
- McCracken, G. (2007). Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. *Revista de Administração de Empresas*, 47(1), 99–115. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902007000100010>
- Melo, C. H. de. (2006). *O design gráfico brasileiro: anos 60*. São Paulo: Cosac Naify.
- Menezes, Y., Grassine, F., & Altmayer, G. (2023). Design e gênero: marcações binárias na ergonomia. *Arcos Design*, 16(2), 258–275. <https://doi.org/10.12957/arcosdesign.2023.73151>
- Miller, D. (1987). *Material culture and mass consumption*. Oxford: Basil Blackwell.
- Mulvey, L. (1983). Prazer visual e cinema narrativo. In I. Xavier (Org.), *A experiência do cinema* (pp. 437–453). Graal.
- Niemeyer, L. C. da R. de. (2002). *O design gráfico da Revista Senhor: uma utopia em circulação* (Tese de doutorado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- Observatório da Branquitude. (2024). *Glossário de termos: branquitude e relações raciais* (1ª ed.). Rio de Janeiro: OBD.
- SBDI (2020). Sociedade Brasileira de Design da Informação. *Definições de Design da Informação*. <https://www.sbd.org.br/definicoes>

Theodoro, M. (2022). *A sociedade desigual: racismo e branquitude na formação do Brasil*. Rio de Janeiro: Zahar.

Twyman, M. (1985). Using pictorial language: A discussion of the dimensions of the problem. In T. M. Duffy & R. Waller (Eds.), *Designing usable texts* (pp. 245–312). Academic Press.

Velloso, M. P. (1996). *Modernismo no Rio de Janeiro: Turunas e Quixotes*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas.

Voks, D. J., & Silva, V. da V. (2023). A manutenção do patriarcado através da imagem de um novo homem na Revista Claudia (Década de 1990). *Fronteiras*, 24(44), 224–239.

<https://doi.org/10.5007/2357-799X.2023.02444>

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Plínio Balbino, Especialista, ESDI, Brasil <pbalbino@esdi.uerj.br>

Gabriela De Laurentis, Mestre, ESDI, Brasil <gdelaurentis@esdi.uerj.br>

Aline Haluch, Mestre, ESDI, Brasil <ahaluch@esdi.uerj.br>

Joana Berrondo, Especialista, ESDI, Brasil <jberrondo@esdi.uerj.br>