

**Revista *Senhor* e suas Cores
Magazine *Senhor and its Colors***

NIEMEYER, Lucy

Doutor em Comunicação e Semiótica, Escola Superior de Desenho Industrial – UERJ

BUSTAMANTE, Cibele

Mestre em Design, Programa de Pós-graduação em Design - UERJ

Resumo

Objetiva-se com este trabalho apresentar o processo de instalação da revista *Senhor*, no Rio de Janeiro, em 1959. Tendo sido publicada de 1959 a 1964, até hoje ela é lembrada por seu layout e conteúdo então inovadores no país. O levantamento dos elementos gráficos das suas edições leva ao mapeamento de sua trajetória. Essa exploração ganha relevo dada a importância da Revista *Senhor* na definição no Brasil do posto de designer gráfico e do modelo de prática em design de impressos. Este artigo visa também descrever como foi desenvolvida e aplicada uma metodologia para análise do uso de cores na revista *Senhor*.

Palavras-chave: metodologia, design, cor.

Abstract

*The purpose of this paper is to present the process of installation of the magazine *Senhor*, in Rio de Janeiro, 1959. It has been published from 1959 to 1964, and still is remembered for its innovative layout and content. The survey of the graphical elements of the 59 editions leads to the mapping of its trajectory. This exploration gains relief given the importance that the magazine *Sr.* has in the definition in Brazil of the professional field of graphic designer and a standard of the design of printed matters. This article also describes the application of a methodology of analyze of the usage of color on *Senhor* magazine.*

Keywords: methodology, design, color

1. A revista *Senhor*

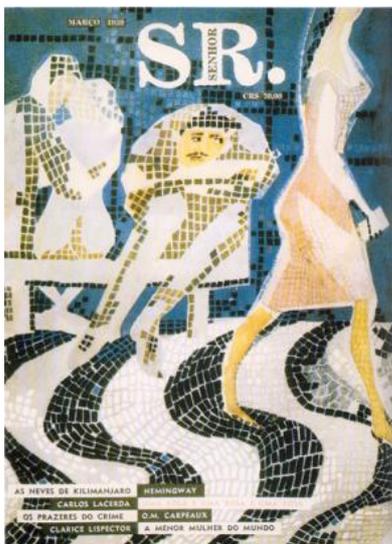


Figura 1 – Capa da Revista *Senhor*, n. 1, abr. 1959.

Para Lage (1999), durante a década de 1950, a taxa de informação (a natureza abrupta das inovações) das novas técnicas jornalísticas, bem como a novidade de movimentos culturais daquela época, como a bossa nova na música popular (uma adaptação de formas rítmicas e melódicas brasileiras a padrões estéticos do *jazz*) e o cinema novo se explicam como resultado das transformações ocorridas na elite da sociedade brasileira com o processo de acelerada industrialização e modernização gerencial. São fenômenos que, embora sem grande repercussão popular, passaram a ser característicos do tempo exatamente pela natureza seletiva do público neles envolvido e pelo papel particular que esse público ocupava nas estruturas modernizadoras da sociedade. Portanto, havia no Brasil, naquela época, um ambiente propício para que novos caminhos no projeto gráfico de revistas fossem trilhados.

2. Uma Nova Editora na Guanabara

Cerca do ano 1957, Simão Waissman, um dos sócios da Editora Delta, no Rio de Janeiro, desenvolveu a idéia de publicar diversas revistas segmentadas para profissionais liberais, como médicos, engenheiros, e de outras áreas que tivessem um público de tal número que as tornassem viáveis do ponto de vista comercial. Ele propôs, já em 1958, “aos seus sócios publicar um periódico de alto nível, tanto no conteúdo editorial como no de sua apresentação gráfica”.² Essa revista seria dirigida a um leitor em sua residência. Seria, portanto, uma revista de entretenimento cultural, uma revista para o homem, e que pudesse também ser lida pela mulher. Para publicar esse periódico foi criada uma outra editora, que ganhou o nome da revista que iria publicar: Editora Senhor S.A.

Para realizar a revista era mister formar a equipe. Waissman decidiu-se por Nahum Sirotsky, jornalista com uma expressiva carreira nas revistas *Visão* e *Manchete*, considerado um grande editor. Sirotsky, em um primeiro momento, pensou em uma revista de economia porque esta era uma de suas especialidades, porém, com o desenvolvimento proposta e com a formação da equipe, ele mudou completamente o direcionamento. Segundo Castro (1999, p. 343), “Simão Waissman gostou da idéia de Sirotsky de fazer uma revista ‘para ser lida pelos elementos mais responsáveis pela vida nacional, a fim de estimulá-los a considerar com mais seriedade os problemas culturais do país’. Dito assim, parecia mais uma receita de bolo chocho. Mas, com a equipe que Sirotsky reuniu em fins de 1958, *Senhor* era um *choix* de baba de moça, quindim e ambrosia, em termos editoriais e gráficos.”

Com *layout* e conteúdo inovadores no país, *Senhor* tornou-se um marco em sua época. Suas páginas esbanjavam criatividade, sejam nas soluções encontradas para driblar problemas técnicos, seja ao não hesitar nos gastos para se obter o resultado desejado.

“*Senhor* era uma publicação diferente de tudo o que já havia sido feito na área no país. Ela foi um espaço para inovar, ousar, ensaiar, testar soluções visuais; tirar o melhor partido, conhecer novas possibilidades, superar as restrições da tecnologia possível. A revista incorporou na sua linguagem gráfica o que havia de moderno, absorvendo e transformando segundo a estética dos países centrais, gerando nova configuração com outras significações

mais afeitas ao repertório do brasileiro ilustrado.”³

Carlos Scliar foi o diretor de arte de todos os números analisados, tendo trabalhado na revista desde seu projeto inicial até o número 17.

Scliar declarou ter se inspirado em revistas importadas como *Paris Match*, *Realités* e *Esquire* para fazer a primeira *boneca* de *Senhor*⁴. Além disso, segundo o livro *História da Revista no Brasil*, Scliar: “colocava nas paredes as páginas que ia compondo, uma ao lado da outra, para criar cada revista como se fosse um filme. Ele decidia o que entrava, tanto quanto o editor, Nahum Sirotsky (ambos vetavam até anúncios que achavam feios). ‘Nenhum de nós respondia pelo todo’, lembraria Scliar. Já na época, sabia que ‘não há diagramação brilhante que salve uma matéria chata’ ”⁵.

3. Quem lê Sr.

O público da revista em projeto seria aquele formado por homens integrantes de uma burguesia ilustrada, profissionais liberais, em primeiro lugar, por aqueles que já eram clientes da Editora Delta, compradores de suas coleções, cuja rede de distribuição seria usada também para difusão da futura revista em outros estados. A estratégia inicial de vendas da revista seria através da oferta direcionada de assinaturas, feita por uma equipe, com predominância feminina, especialmente treinada para tal fim; uma tática inovadora no mercado de publicações no Brasil. Em pouco tempo depois de lançada, a Revista *Senhor* passou a ser um símbolo de status social no âmbito em que circulava, em particular na alta burguesia do Rio de Janeiro.

4. A linha Editorial de Sr.

A proposta inicial de que a Revista *Senhor* fosse uma publicação sobre economia, que era a área de eleição de seu editor redator chefe, Nahum Sirotsky, foi sendo alterada na medida em que foi sendo formado o seu corpo editorial.

A contratação de Paulo Francis, codinome de Franz Paulo Trannin da Matta Heilborn, trouxe para a Revista o interesse dele pelas artes cênicas, a literatura e as artes plásticas. Luiz Lobo, profissional já de renome, ocupou a o cargo de Editor Assistente Executivo e conferiu à revista o traço da irreverência e do humor, próprios ao seu estilo jornalístico. Lobo assinou no primeiro número o único editorial publicado, que é uma profissão de fé da Revista *Senhor*:

“MINHAS senhoras.

Como por muito tempo desejei fazer uma revista e sempre ouvi dizer que as mulheres é que compram ou condenam uma revista à morte, dirijo-me a vocês (se me permitem o tratamento). Em primeiro lugar para pedir desculpas. Em segundo lugar para pedir compreensão. Em terceiro lugar para explicar-me. E em último lugar par dar-lhes uma garantia.

Em primeiro lugar devo dizer que não fiz uma revista feminina por três motivos:

1. *Porque já há muitas.*
2. *Porque as mulheres não gostam de revistas femininas.*
3. *Porque as mulheres estão querendo cada vez mais saber exatamente o que é que os homens andam querendo saber .*

Em segundo lugar eu digo que a compreensão de vocês é necessária porque de outro modo esta revista não dará certo e outras revistas no gênero aparecerão, nem todas com a preocupação que temos (muito disfarçada) de servir à mulher, fingindo que estamos servindo ao homem.

Em terceiro lugar, uma explicação :

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.

Em último lugar, a garantia:

Esse conhecimento, que a maioria das mulheres só adquire pelo casamento, com muito sacrifício pessoal, fará com que cada uma de vocês tenha sobre o homem (seu marido, noivo ou namorado, em particular, e os admiradores em geral) , uma ascendência e um domínio cada vez maiores, o que é -afinal de contas o supremo interesse da mulher. As mulheres casadas, por outro lado, encontrarão aqui uma espécie de curso que no Exército é chamado "Curso de Estado-Maior". Assim, fazendo uma revista exclusivamente para homens, estamos -mais do que nunca -trabalhando para que você tenha uma vida melhor. E nós também. O EDITOR" (MINHAS senhoras. Senhor. mar. 1959. p. 10)

A estratégia do texto acima é uma constante nas matérias redigidas por Luiz Lobo. São dele aquelas que tratam de comportamento: moda, coquetéis, culinária, as que acompanham ensaios fotográficos femininos (de cândida ingenuidade, comparados ao de hoje, conduzidos muitas vezes por Yllen Kerr) etc. Na mesma linha, o texto ácido de Ivan Lessa temperava notas e artigos.

A presença de Jaguar no Departamento de Arte fez com que a charge e o desenho de humor se tornassem umas das características da Revista. Ele inaugurou uma série de estréias na Revista de desenhistas que se tornaram humoristas de primeira linha e de colaborações de alguns já afamados. Foram eles, entre outros, Claudius (Cláudio Ceccon), Zélio Alves Pinto, Sebastião Nunes, Vilmar, Don Rossé Cavaca (José Martins de Araújo Júnior), Fortuna (Reginaldo José de Azevedo Fortuna), Millôr Fernandes.

Desenhos de Glauco Rodrigues ilustraram muitas matérias. Artistas plásticos enriqueceram o visual da Revista *Senhor* : Chagal, Bea Feitler, Ana Letycia, Augusto Rodrigues, Enrico Bianco, Antonio Dias, Roberto Magalhães, Maria Luiza Campello, e outros mais.

A fotografia ganhou espaço na Revista *Senhor*, rompendo colunas, sangrando páginas. Mooris Rosenfeld, Richard Sasso, Sascha Harnisch, Salomão Scliar, Armando Rosário,

Flávio Damm, Jânio de Freitas, Ernesto Lacerda, Marius, Humberto e José de Moraes Francheschi e Otto Stupakoff.

Uma das estratégias pelas quais o simulacro mediático do enunciador da Revista *Senhor* toma forma é na pauta e, por conseguinte, nas seções que compunham cada um de seus números. O temário mais freqüente trata de assuntos do interesse de um público com bom poder aquisitivo, voltado para questões referentes à política, economia, cultura e práticas hedonísticas. Tal conteúdo pressupõe um público letrado, sensível às diversas manifestações artísticas e sensíveis, ligado nos acontecimentos do mundo.

Os colaboradores da Revista *Senhor* eram o que havia de melhor no país. Nomes já reverenciados, outros ainda desconhecidos e que iriam ser estrelas de nossa literatura. Pinçando alguns, temos: Clarisse Lispector encontra na Revista uma abertura para seus textos, a ponto de se firmar com seção , “Children’s Córner”, Rubem Braga, Carlos Drummond de Andrade, Aníbal Machado, José Honório Rodrigues, Josué de Castro, Fernando Sabino, Elsie Lessa, Vinicius de Moraes, Armando Nogueira, Ferreira Gullar, Guimarães Rosa, Jorge Amado, Paulo Mendes Campos, Paulo Coelho, os arquitetos Marcos de Vasconcellos, Sérgio Rodrigues, designer da poltrona Mole, um marco no móvel moderno no Brasil.

Era constante na Revista a inclusão de um conto da literatura internacional, traduzido. Desse modo, mensalmente, o leitor da Revista ia se familiarizando com produções de Ernest Hemingway, Leon Tolstoi, T.S. Eliot, F. Scott Fitzgerald, Franz Kafka, Marcel Aymé, Thomas Mann, James Thurber, Franz Heilborn, Isaac Bebel. Aldous Huxley, Alberto Moraiva, James Bladwin, Jean Paul Sartre, Valéry Larbaud, Eugen Ionesco, Jack Finney, Jorge Luis Borges, George Orwell, Bertold Brecht, Doris Lessing, Mark Twain.

5. O Senhor em *Senhor*

Desse modo a Revista se construía e construía o seu leitor. As produções literárias conhecidas e reconhecidas como sendo de qualidade, ao lado de novas incursões nas letras, na fotografia, nas artes cênicas e nas artes plásticas, faziam da Revista um repositório dos ingredientes que caracterizariam o atualizado, flexível em seu tradicionalismo, requintado, vaidoso, sensível, sensual, ilustrado e, possivelmente, abastado. Assim se mostraria *Senhor* e espelharia o senhor Leitor.

Como se constrói o simulacro de um senhor? Através da aparência, hábitos, ações, interesses, valores compatíveis à idéia do que seja um senhor: homem adulto distinto, proprietário de bens com valor, com boa condição social, que exerce poder, dominação, influência. Esse senhor está em sintonia com as expressões de progresso, as preocupações de seu tempo, as contingências da modernização. Esse senhor se dá a ver na Revista. As características do enunciatário estão explicitadas de diferentes modos na revista: as primeiras capas, os temas de que tratam as matérias, as imagens que as ilustram, os anúncios inseridos.

O público leitor se faz presente na Revista pelos modos como o discurso nela se dá. Com o levantamento das edições que compõem a coleção, pudemos identificar os atributos que tipificam o público: masculino, bom poder aquisitivo, letrado, atualizado, cosmopolita,

urbano, irreverente.

O gênero masculino se mostra não só pelo nome da publicação, como pela presença da figura masculina. Ela é o elemento principal da ilustração de cerca de metade das primeiras capas da Revista, enquanto em um quarto delas há a representação de um par amoroso ou de uma mulher em atitude sedutora. Ao fim e ao cabo, já na primeira página, a Revista mostra que o homem é o seu foco, não pelo título da publicação, pela temática das chamadas, como pela ilustração que sangra as quatro bordas.

As matérias referentes à moda são exclusivamente para homens. Novos modelos de gravatas, de chapéus, de sapatos e ternos são freqüentes na Revista. Quanto o assunto se refere a ingredientes, trata-se de coquetéis e outras finuras, fora do cotidiano de uma cozinha. O bom poder aquisitivo se mostra pelos anúncios que oferecem investimentos financeiros, serviços aéreos para viagens ao exterior, hospedagem em hotéis de classe, produtos supérfluos. Os produtos femininos são apresentados como presentes de luxo ou conforto, para serem oferecidos à mulher pelo homem, como no caso de perfumes, jóias, eletrodomésticos. O senhor está nas matérias sobre moda masculina, nas receitas de coquetéis, no modo de morar, na política, na economia, na literatura. Assuntos esses tratados com competência, sofisticação, entremeados com fino humor. Desses modos a revista expressa a conotação de superioridade, contemporaneidade e distinção. A Revista dirige-se a um senhor.

6. Fases da Revista *Senhor*

O que de início era visto como uma unidade, à medida que os exemplares eram examinados e os dados levantados foram sendo sistematizados, ficou evidente a segmentação na trajetória da Revista *Senhor*. As vicissitudes do projeto editorial e a alteração dos indivíduos ocupantes dos postos de decisão na Revista têm reflexos na concepção gráfica da publicação.

A primeira fase da Revista é a que vem sendo considerada como a representativa da publicação como um todo. Um dos fatores que determinam entendimento advém do ineditismo da Revista. O seu projeto editorial inovou ao focar com a pauta da publicação um perfil de público específico que articulava elevado poder aquisitivo, interesse em assuntos ligados à cultura e à atualidade, motivação para desenvolver refinamentos hedônicos. Essas características compõem o simulacro da época do homem da classe média urbana alta ou em ascensão no Brasil. Era crescente a busca pela incorporação desse modelo, em um cenário nacional em as tintas da prosperidade eram usadas com fartura pelas categorias elevadas e emergentes no país. Ademais, a Revista tinha uma configuração que a distinguia das demais no país e ombreava com a melhores do mundo no gênero. Durante o período em a Revista esteve sob a batuta de Carlos Scliar, a consistência do partido gráfico aplicado construiu uma identidade visual sólida e de qualidade, porém sempre instigante e inovadora.

Os momentos seguintes da trajetória da Revista são muitas vezes, ignorados ou até mesmo rejeitados, como filhos espúrios de uma família.

No período inicial, a Revista contou com substancial aporte financeiro da Editora Delta, o

que viabilizou a contratação de excelentes profissionais e a encomenda de serviços de alta qualidade, a valores acima dos praticados no mercado. Com isso a qualidade dos resultados se evidenciou. Este fato em muito contribuiu para a plena realização das metas da Editora Senhor.

Ao nos debruçarmos sobre a coleção da Revista *Senhor* intentamos apreendê-la como processo de significação. Focalizamos o modo como o desenvolvimento do projeto gráfico é determinante na construção da identidade da revista e expressão das circunstâncias de sua produção.

O design gráfico não fica adstrito às exigências funcionais. Ele vai mais além, com objetivo de que o resultado de seu trabalho gere no destinatário significações que concretizem os propósitos comunicacionais do destinador. Scliar, em seu depoimento à autora, assume a sua posição de manipulador: “Eu tinha que fazer com a ilustração, é claro com a tipologia (sic), com a organização do espaço, dando um ritmo naquela matéria para que você fosse induzido a ler, pois se você começou a ler, a responsabilidade já não era mais minha, eu tinha feito o que estava no meu alcance – fazer você começar a ler.” Captar o olhar do leitor, planejar o seu caminho pela publicação, criar rotas de leituras, ensejar a interação e o entendimento, surpreender, divertir, informar são intenções que o designer gráfico objetiva efetivar.

Nos anos 1950, com atividade econômica crescente e a instalação da indústria nacional, segmentos da elite ilustrada brasileira, em especial a carioca e a paulista, vislumbraram a necessidade de usar profissionais com a qualificação adequada para suprir a demanda de projetos de produtos e de comunicação visual que adviriam do novo cenário produtivo. O design, sendo visto como um meio para dar um diferencial e provocar interesse, passou a ganhar interesse naquela época. Havia, então, a procura de soluções formais inovadoras, que estivessem em consonância com os novos modos de estar no mundo.

A Revista *Senhor* é um exemplo de um fazer que tem intenções inaugurais – em que a relação forma/conteúdo se dá de um modo novo, também no conteúdo da forma e na forma do conteúdo. Como um arauto de novos tempos, estava subjacente à Revista o caráter utópico. Entendemos utopia¹ como uma possibilidade que pode efetivar-se pela remoção as circunstâncias provisórias que obstam a sua realização. Evidentemente, por isto devemos aqui considerar circunstâncias ao alcance da ação transformadora dos homens, pelo o exercício da crítica e o respaldo teórico e prático resolver questões presentes e problemas. *Senhor* era uma publicação diferente de tudo que já havia sido feito na área no país. Ela foi um espaço para inovar, ousar, ensaiar, testar soluções visuais; tirar o melhor partido, conhecer novas possibilidades, superar as restrições da tecnologia disponível.

A Revista incorporou na sua linguagem gráfica o que havia de moderno, absorvendo e transformando segundo a estética dos países centrais, gerando nova configuração com outras significações mais afeitas ao repertório do brasileiro ilustrado.

Scliar fez uma revista graficamente arrojada. Com os recursos técnicos então disponíveis, ele encontrou soluções visuais surpreendentes e instigantes. O respaldo político dos proprietários e de outro diretor, Nahum Sirotsky, e o amplo apoio financeiro que ele teve na direção de arte da Revista foram fundamentais para que as suas propostas se

concretizassem. Quando não houve mais condições ou interesse na manutenção da Revista, os seus proprietários a venderam. Começou uma nova fase administrativa, com evidentes reflexos na sua concepção visual.

Porém, a realização da Revista nos moldes originais, que implicava em gastos elevados, não se sustentou também devido a questões do âmbito macroeconômico. Houve fortes mudanças na imprensa no Brasil devido a questões de política governamental em relação à imprensa, especificamente a que diz respeito ao custo do papel, e à ampliação da presença do capitalismo norte-americano. Na década de 1950 assistimos à transformação da imprensa em negócio de grandes proporções, em empresa de pesado porte, pelo desenvolvimento e encarecimento de suas técnicas, que demandavam altos investimentos, acompanhando, também, o desenvolvimento qualitativo e quantitativo do seu público.

Entretanto, a Editora Senhor não teve fôlego para suportar as injunções comerciais, progressivamente mais difíceis. Malgrado o empenho em cooptar o apoio das agências de publicidade e em ampliar a venda da Revista, os seus sucessivos proprietários viveram a contradição de reduzir gastos e manter os valores editoriais da publicação, tanto na sua materialidade como em sua concepção, sejam os escritos, seja o projeto gráfico. A reafirmação desses valores foi presente ao longo da trajetória da Revista. Esses propósitos são percebidos ao longo de seus números desse periódico. Até o presente a Revista goza o reconhecimento de alta qualidade, tanto por especialistas como pelo público leigo. Como outras manifestações que ocorreram no Brasil nos anos que imediatamente anteriores ao golpe militar de 1964, *Senhor* é lembrado por seus contemporâneos até mesmo com nostalgia, como mais um sonho que acabou. O editorial do último número mantém uma fala de esperança. Era um novo ano, janeiro de 1964, aquele que seria o primeiro dos anos de chumbo em que o Brasil viveu. Insuspeitado epitáfio, esse editorial reza:

*“Já em pleno 1964, Senhor faz promessas como é de hábito se fazer quando um ano se diz novo. Promessas, afinal uma apenas, a de se manter dentro da linha, sem excessos, com toda sobriedade, que assim devem agir os senhores que já crianças não são. Senhor que se preza, Senhor continuará vendo os problemas humanos e sociais com olhos de realidade presente. Prometemos não perder a nossa mania de ver o mundo do jeito brasileiro. Vai, neste janeiro, Ferreira Gullar explicando para quem não sabe e para quem pensa que sabe o que é Cultura Popular e nós ficamos vendo que pode ser uma saída bastante honrada para as artes em desfalecimento, pois sendo mais que isso, dá às artes o substrato necessário para que elas signifiquem alguma coisa no Brasil presente. Numa entrevista primorosa, Medeiros Lima faz Schmidt exibir sua alma de corpo inteiro e o Senhor fica sabendo que nem todo mundo é obrigado a olhar o mundo pelos olhos do Senhor. Há outros jeitos, vamos divulgando todos, a nosso jeito. Há o jeito de Sérgio Bernardes ver a arquitetura, exposto juntamente com o seu mais recente trabalho. O de Fernando Horácio apreciar os problemas do futebol brasileiro, preparando-se para a Copa de Londres, e a do jovem escrito paulista, Jorge Mautner, entrevistado no Balaio por Nelson Coelho, desejar o Kaos. E, é claro, há humor, há mulher, há moda automóveis. Há uma revista para o Senhor. “ (*Senhor*, n. 59, p. 5)*

7. Metodologia utilizada para a análise

Delimitamos o âmbito da análise do uso da cor na Revista *Senhor* aos 17 primeiros números, correspondentes, como dissemos, à que denominamos primeira fase da revista.

O primeiro passo para o estabelecimento de uma metodologia foi a definição de questões as quais a pesquisa procuraria responder:

Como se dava o uso de cores na revista *Senhor*?

Havia padrões e usos recorrentes em todas ou muitas das edições?

O que mudou no decorrer dos 16 primeiros números analisados?

Há alguma relação entre as cores utilizadas em cada número e nos números analisados como um todo?

Com o intuito de identificarmos a utilização de recursos recorrentes ou padronizados na revista, fizemos uma tabulação de todas as páginas dos dezesseis primeiros números da revista *Senhor* de acordo com: quantidade de cores, conteúdo (publicidade ou reportagem) e cor predominante na página.

Apesar de a primeira vista parecer bastante exaustiva, foi a partir da apuração dos dados dessa tabulação que se pôde estabelecer recorrências no que concerne a todos os números envolvidos na pesquisa, como por exemplo:

- a) A revista entremeava páginas em uma, duas e quatro cores, de forma que, mesmo com um número reduzido de páginas coloridas, temos a impressão de que a revista faz uso de cores em maior quantidade.
- b) Em cada número da revista, era eleito um matiz para ser utilizado nas páginas em duotone.
- c) Esse mesmo matiz geralmente estava presente também na primeira capa, seja em um detalhe ou como cor predominante, além de estar na lombada da revista.
- d) As páginas em quadricromia algumas vezes apresentavam este mesmo matiz ou matizes complementares a esse.
- e) O uso de páginas em duas ou quatro cores nas páginas anterior e posterior a encartes monocromáticos faz com que ela pareça ter mais cores do que os números indicam. As páginas, aparentes em parte, serviam como uma espécie de moldura ao texto.



Figura 2 - Exemplo de encarte em uma cor em que as páginas anterior e posterior têm duas cores. Fonte: Revista Senhor, n. 1, abr. 1959. p. 64-83.

f) Levando em conta o conteúdo de cada página (reportagem *versus* publicidade), podemos afirmar que apesar do número de páginas em duas cores ou em quadricromia se manter relativamente estável, nota-se uma inversão de valores: enquanto o número de reportagens “coloridas” diminui, a quantidade de publicidade “a cores” vai aumentando.

Após a fase de tabulação, foram fotografadas todas as páginas de cada número da revista e montado um espelho da revista, com as páginas em miniatura. A intenção era ter uma melhor visualização do fluxo das páginas e da utilização das cores como um todo.

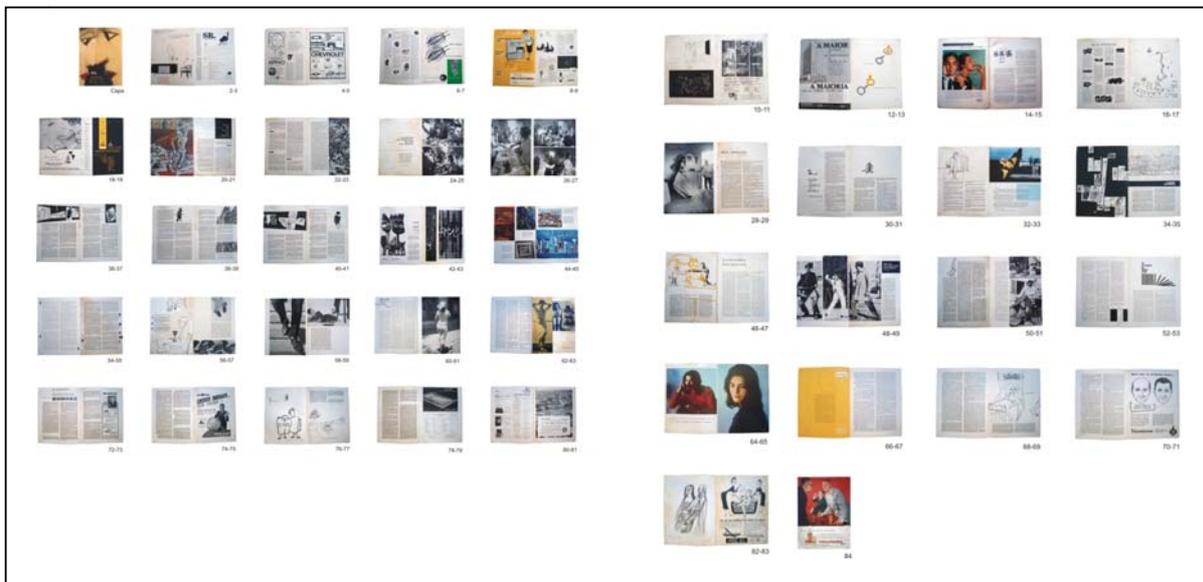


Figura 3 - Exemplo de espelho feito a partir de fotografias das páginas da revista *Senhor* número 7.

Em seguida, foram separadas as páginas de duas cores ou mais de cada revista, para melhor observá-las sabermos que algumas das publicidades da revista foram feitas pelo seu próprio departamento de arte, as elas foram desprezadas, já que era bastante difícil estabelecer quais eram estas e até onde seu encaixe na estética da revista era proposital. Um novo espelho foi montado.



Figura 4 - Exemplo de espelho feito a partir de fotografias das páginas com duas cores ou mais da revista *Senhor* número 7, sem publicidades.

A partir desse novo painel de páginas como duas cores ou mais, foi possível estabelecer quais matizes principais e secundários foram utilizados em cada número, sendo considerado para isso a maior área utilizada de cada um dos matizes mais recorrentes.

Para definição dos matizes, após levantamento bibliográfico dos sistemas de cores disponíveis, foi considerado mais adequado o sistema de cores de Albert H. Munsell. No sistema Munsell, cores são designadas a partir de três qualidades inerentes a ela: matiz (do inglês, “hue”), valor (“value”) e croma (“chroma”). O uso de números e letras para se referir a uma cor nos permite acomodar uma grande quantidade de cores de forma ordenada. Para nomear estas cores no Sistema de Cores de Munsell, foi utilizado o programa Munsell Conversion, versão 7.0.1. Neste programa é possível abrir uma fotografia e, com uma ferramenta tipo conta-gotas, selecionar uma cor de determinada área. A partir de uma janela, a cor selecionada é dada nos sistemas Munsell, CIELab, RGB e CMYK.

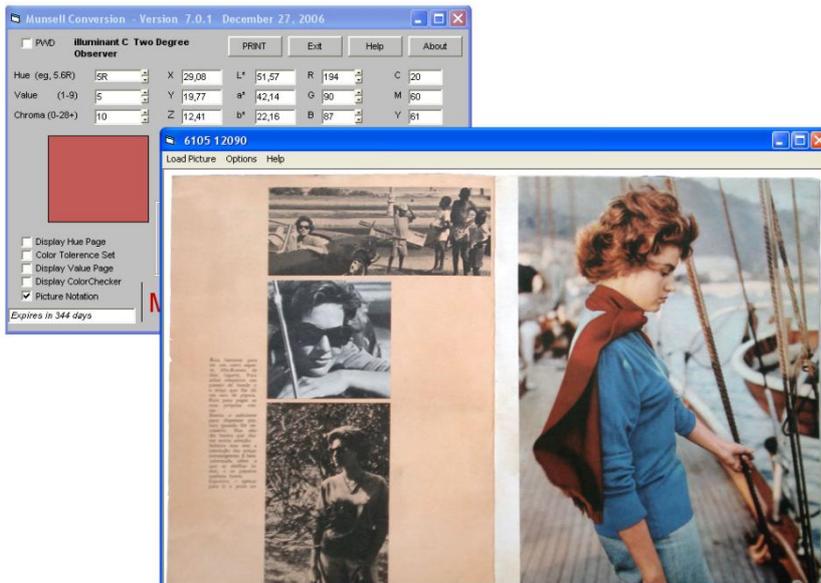


Figura 5 – Print screen do programa Munsell Conversion, versão 7.0.1.

Nesta análise, é utilizada somente a designação de matizes, sem designação de croma e valor e sem a utilização de casas decimais, pois foi considerado que esses recursos invalidariam a análise, ao torná-la demasiadamente acurada. Para tomar essa decisão, alguns fatores foram levados em consideração. Os principais foram:

- a) Os recursos de impressão da época, bem como as variações de cor entre reproduções de uma mesma edição, demonstram que não havia um controle apurado na obtenção de cores impressas.
- b) O desgaste ocorrido ao longo de quase cinquenta anos nos diferentes tipos de papel em que a revista era impressa não permite que se tenha uma amostra extremamente acurada. Nota-se também que cada tipo de papel utilizado na reprodução reagiu ao tempo de forma diferente. Isso também foi notado ao analisar alguns exemplares de um mesmo número: a forma com que as amostras foram armazenadas e tratadas ao longo destes anos fez com alguns exemplares se apresentassem bem menos manchados, rasgados ou amarelados, por exemplo.
- c) A fotografia digitalizada das imagens, embora sempre visando a tentativa de alcançar o que imaginamos ser a cor original do impresso, também pode levar a alterações não intencionais.
- d) A impressão da revista era em offset e o tipo de papel utilizado em cada página influencia na percepção da cor. Ao reproduzirmos a fotografia das páginas da revista, os efeitos dessa influência são perdidos. Tendo-se designado os matizes principais de cada número, pôde-se analisar a relação dessas cores dentro do círculo cromático, verificando a presença de relações de harmonia.

Uma paleta com diferentes quantidades de valor e de croma foi montado para cada um dos principais matizes encontrados, possibilitando, assim, que os matizes e suas variações pudessem ser visualizados. Essas paletas foram colocadas nos painéis.

Um círculo cromático também foi inserido em cada painel, mostrando nele qual a relação de harmonia existente. Assim, os painéis de uso de cor foram montados.

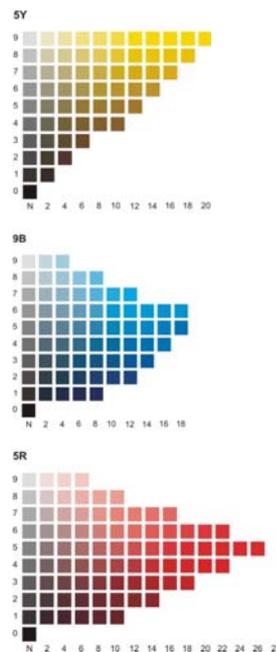
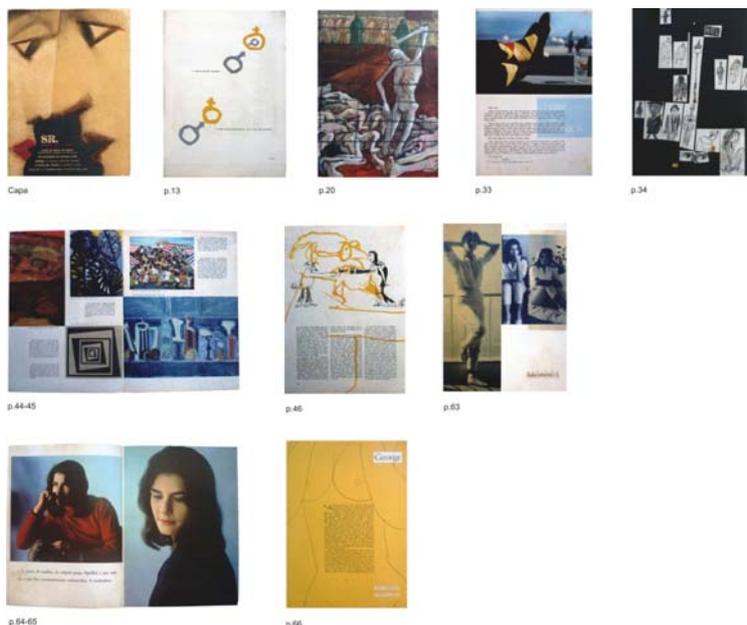


Figura 6 – Visualização final do painel de cor referente à revista *Senhor* número 7.

8. Conclusão

A estrutura metodológica desenvolvida obteve resultados satisfatórios, uma vez que possibilitou respostas às questões iniciais. Recomenda-se estudo sobre as possibilidades de adaptação dessa metodologia para uso em outros periódicos.

9. Notas

¹ Segundo Niemeyer: “à medida que os exemplares foram examinados e os dados foram sendo sistematizados, ficou evidente a segmentação na trajetória da revista *Senhor*. As vicissitudes do projeto editorial e a alteração dos indivíduos ocupantes dos postos de decisão na Revista têm reflexos na concepção gráfica da publicação”. NIEMEYER, 2002, p. 106-109.

² NIEMEYER, 2002, p. 65

³ NIEMEYER, 2002, p. 177

⁴ SARMENTO, 2000, p.30

⁵ ABRIL, 2000, p.132

⁶ SARMENTO, 2000, p. 109

10. Bibliografia

ABRIL. **A revista no Brasil**. São Paulo: Abril, 2000. 252 p.

BUSTAMANTE, Cibele. **As Cores na Revista *Senhor***. 2007. 237p. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro.

CASTRO, Ruy. **Ela é Carioca** : uma enciclopédia de Ipanema. 2 ed. São Paulo : Companhia das Letras, 1999. 451 p.

HABERMAS, Jürgen. Do jornalismo literário aos meios de comunicação de massa. In : **Imprensa e Capitalismo**. Organização de Ciro Marcondes Filho. São Paulo : Kairós , 1984.

LAGE, Nilson “Comentários à dissertação ‘O Estado de S. Paulo (1942 - 1972), uma contribuição à história das técnicas jornalísticas’, de Liriam Sponholz”, 22 set. 1999.

<http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/lage-estado.html>

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Imprensa Carioca nos Anos 50 : os “anos dourados”. In: **A Imprensa em Transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50**. Rio de Janeiro : Fundação Getúlio Vargas, 1996. p. 157-187.

NIEMEYER, Lucy Carlinda da Rocha de. **O design gráfico da revista *Senhor*: uma utopia em circulação**. 2002. 322p. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo.

SARMENTO, Fernanda. **Design editorial no Brasil**: revista *Senhor*. 2000. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade de São Paulo, São Paulo.

SENHOR, Rio de Janeiro: *Senhor*. n. 1-16. abr. 1959 - jun. 1960.

SENHOR, Rio de Janeiro, ano 6, n. 59 (59), jan. 1964. 90 p.

VILLAS-BOAS, André. **Identidade e Cultura**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

Cibele Bustamante cibeleproducao@yahoo.com.br

Lucy Niemeyer niemeyer@openlink.com.br
