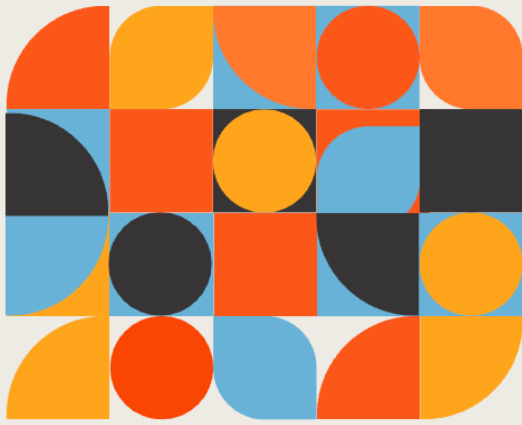




20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

ELEGÂNCIA MASCULINA: TÉCNICA E ESTÉTICA EM ANÚNCIOS NAS REVISTAS MANCHETE E O CRUZEIRO

RIBEIRO, Diego da Silva; Mestre; EACH/USP, diegoribeiro@usp.br¹
ITALIANO, Isabel Cristina ; Livre docente; EACH/USP, isabel.italiano@usp.br²

RESUMO

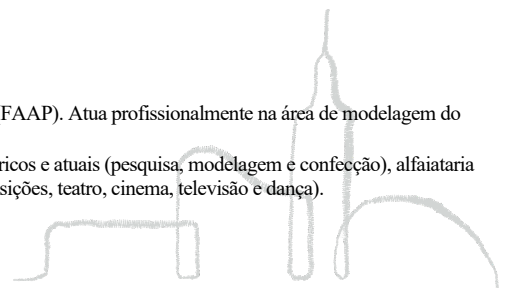
Ao longo do século XX, a elegância masculina foi amplamente explorada em periódicos brasileiros, seja por meio de anúncios publicitários, reportagens ou colunas sociais. Durante as décadas de 1950 e 1960, as revistas Manchete e O Cruzeiro se destacaram como importantes veículos de comunicação que documentavam aspectos do vestir masculino, sendo uma fonte relevante para investigações sobre o tema.

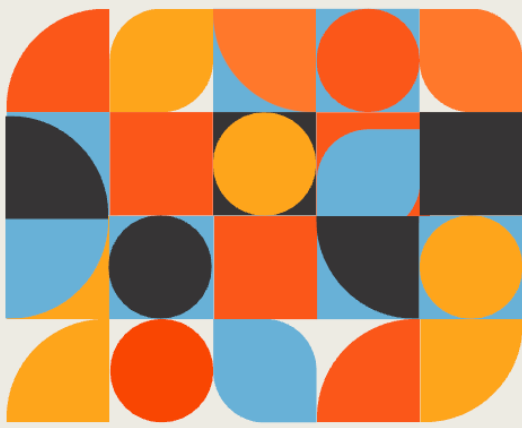
Neste contexto, o estudo propõe investigar a elegância no vestir masculino no Brasil entre os anos de 1950 e 1969, a partir da análise de anúncios publicitários veiculados nas revistas Manchete e O Cruzeiro. Considera-se que essas publicações apresentam imagens e narrativas capazes de reconstruir o imaginário da elegância masculina da época, especialmente por meio da alfaiataria, com ênfase em seus aspectos técnicos e estéticos relacionados à modelagem do vestuário.

A definição da alfaiataria como eixo central da análise se justifica por sua importância na constituição de um visual masculino refinado, característico do período estudado, materializado por meio de trajes estruturados e técnicas específicas de confecção, tanto industriais quanto artesanais. No decorrer da pesquisa, a figura do alfaiate

¹ Doutorando em Têxtil e Moda (EACH-USP). Professor Adjunto do Centro Universitário Armando Álvares Penteado (FAAP). Atua profissionalmente na área de modelagem do vestuário, com foco em modelagem digital e alfaiataria histórica.

² Professora (livre docente) e pesquisadora em Têxtil e Moda, com interesse nas áreas de desenvolvimento de trajes históricos e atuais (pesquisa, modelagem e confecção), alfaiataria histórica e atual (pesquisa, modelagem e confecção) e trajes de cena (modelagem e confecção de trajes de cena para exposições, teatro, cinema, televisão e dança).





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

revelou-se elemento fundamental nesse processo, sendo frequentemente representada nos anúncios como símbolo de sofisticação e bom gosto, contribuindo para a legitimação dos trajes divulgados pelas revistas.

A análise concentra-se em anúncios que destacam trajes formais — como ternos, costumes e combinações de calça, camisa e gravata — com o objetivo de representar o vestir formal da época. Os resultados indicam que essas publicações não apenas promoviam produtos, mas também disseminavam ideais de elegância masculina, reforçando padrões de comportamento e consumo.

A reflexão sobre o conceito de elegância, especialmente em relação à figura masculina, ganhou destaque nas décadas de 1950 e 1960, sendo articulada por alfaiates, cronistas, colunistas sociais e autores de manuais de etiqueta. Esses manuais tratavam a elegância masculina a partir de uma perspectiva que envolvia o convívio social, oferecendo orientações sobre modos de apresentação, comportamento em público e cuidados com a aparência, com destaque para o vestuário. Nesse cenário, autores como Castanho (1955), Carvalho (1967), Vanderbilt (1958) e Miranda (1965) contribuíram para a difusão de ideias sobre elegância masculina, reforçando um repertório cultural que orientava práticas sociais e consolidava padrões de masculinidade e distinção.

Palavras-chave: alfaiataria; anúncios publicitários; elegância masculina.

Bibliografia

CARVALHO, Marcelino de. **Snobérismo**. Companhia Editora Nacional: São Paulo, 1966.

CARVALHO, Marcelino de. **Só para homens**. Companhia Editora Nacional: São Paulo, 1967.

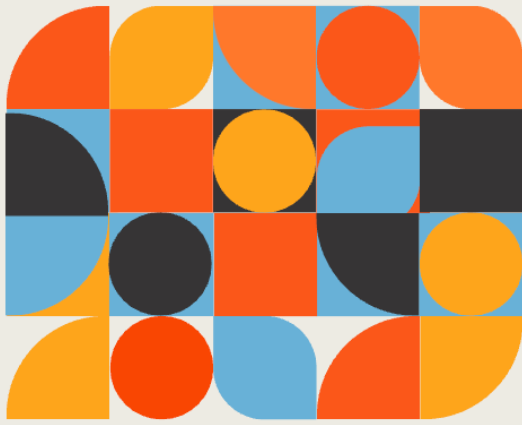
CASTANHO, Iracema S. **Etiqueta social**. Editora Universitária: São Paulo, 1955.

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

MOTTA, Eduardo. **Alfaiatarias**: radiografia de um ofício incomparável. Fortaleza: Senac Ceará, 2016.

MIRANDA, José Tavares de. **Boas maneiras e outras maneiras**. Importadora de livros





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

S.A.: São Paulo, 1965.

VANDERBILT, Amy. **O livro de etiqueta**: um guia para a vida elegante. Tradução de Abiah
Lopes. Distribuidora Record: Rio de Janeiro, 1958.

