



Revista *Alterosa* e as suas mudanças editoriais (1962-1964)¹

Hariane Santos ALVES²

Frederico de Mello Brandão TAVARES³

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG.

RESUMO

Este trabalho busca compreender as mudanças editoriais da revista *Alterosa* ocorridas após a venda do veículo para o grupo Magalhães Pinto, ao final de 1962 até o seu fechamento em 1964, com a comparação dessas edições com as publicadas entre 1960 até metade 1962. Para tanto, 16 edições foram estudadas a fim de identificar o que foi alterado na estrutura. Nesta época, os diretores N. M. Castro e Miranda e Castro, foram substituídos por Roberto Drummond. Para entender a motivação do novo projeto gráfico, as décadas de 1930 a 1960 foram contextualizadas, destacando as transformações políticas, sociais e tecnológicas que ocorreram e alteraram o mercado editorial de revistas. Assim, conceitos de segmentação foram traçados para melhor entender as reformas feitas na *Alterosa* para se adaptar aos novos consumidores e concorrer com revistas com fenômenos de venda nacional, como *O Cruzeiro*, *Sensações* e *Manchete*.

PALAVRAS-CHAVE: Mercado Editorial; Revista *Alterosa*; Design; Segmentação.

INTRODUÇÃO

As revistas fazem parte do nosso cotidiano ao construir manifestações materiais de discursos e sentidos entre seus leitores. Segundo Scalzo (2008), a revista atua como modeladora e ordenadora de processos de interação, estruturando sentidos através de suas narrativas, determinando discursos sociais e conformando valores e posições.

A revista *Alterosa* foi uma revista ilustrada mineira, criada em 1939 pelo jornalista Miranda e Castro, editada pela Sociedade Editora *Alterosa* em Belo Horizonte, com circulação nacional. O periódico passou por uma reformulação editorial em 1962 após ser vendida para o grupo Magalhães Pinto, do então governado de Minas Gerais, José de Magalhães Pinto, sendo fechada ao fim de 1964. Por conta destas

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Graduanda do Curso de Jornalismo do ICSA-UFOP. Bolsista de Iniciação Científica (PIP-UFOP). E-mail: hariane.s.alves@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do ICSA-UFOP. E-mail: fredtavares.ufop@gmail.com.



mudanças, esta pesquisa tem o objetivo de identificar as marcas da editoração da revista entre 1962 a 1964, focando especialmente nos anos de 62 e 63. As publicações desses dois anos foram analisadas e comparadas com as edições de 1960 e 1961, buscando identificar as mudanças ocorridas em sua estrutura editorial.

Para isso, cada edição foi estudada, destacando informações como os tipos de matérias, seções, a publicidade e a diagramação, o fotojornalismo, a estrutura do sumário, que foram inseridos em uma ficha. Esses dados permitem identificar formas de segmentação e as tendências do design da estrutura da revista, atentando para as marcas editoriais. Essa análise buscará responder alguns questionamentos norteadores da pesquisa, como identificar o quê era publicado e o quê o contexto histórico trouxe de mudança para a estrutura da revista através de uma contextualização do mercado editorial de 1930 a 1960.

Do ponto de vista teórico-metodológico, para conceituar o que é revista, sua significação no mercado, e contextualizar as décadas de 1930 a 1960, elencando as principais transformações culturais, principalmente em relação às revistas, foram utilizados autores como Abreu (1996), Areas (2012), Martins e Luca (2006), Moraes (2007), Mira (1997), Rodrigues (2003) e Scalzo (2008). Baptista & Abreu (2010), Corrêa (1991) Mira (1997) e Mira (2004) serviram como base para a conceituação de segmentação e na construção de um panorama sobre o mercado editorial do período.

Alterosa se modificou para atender um mercado em profundas transformações sociais, políticas e econômicas. Mudou de preço, de tamanho, e buscou se aproximar dos periódicos de sucesso da década de 1960, investindo na profissionalização da equipe, em uma postura mais política, com maiores coberturas sobre acontecimentos e personalidades brasileiras, sofisticando o design gráfico e investindo em fotografias e matérias especiais. A reformulação chamou a atenção dos leitores, que aprovaram as mudanças, o que fez com que ocorresse um aumento enorme na tiragem.

1. BRASIL DE 1930 A 1960: IMPACTO DO CENÁRIO POLÍTICO NA IMPRENSA

A década de 1930 foi marcada por reviravoltas políticas, como a deflagração do movimento armado que culminou na deposição do então presidente Washington Luís, que foi substituído pelo candidato da Aliança Liberal, Getúlio Vargas. O caráter



centralizador desse governo acarretou em consequências diretas para o funcionamento da imprensa. O governo começa a fiscalizar e a fechar os meios de comunicação que se posicionam contra as suas medidas e ideias. (RODRIGUES, 2011)

O fim da década de 1930 é marcado pela instalação do Estado Novo, em 10 de novembro de 1937. O regime autoritário e centralizador, idealizado por Vargas, criou um controle na imprensa através de condições e limites prescritos na lei, em que informava que nenhum meio de comunicação poderia se negar a publicar anúncios do governo e de que o direito do cidadão de manifestar seu pensamento estava subordinado à lei. Em 1939 o Departamento de Imprensa e Propagandas, livros, diversões da (DIP), começou a atuar, realizando uma censura prévia de jornais, revistas, cinema, teatros, diversões públicas e festas populares.

De acordo com Martins e Luca (2006, p.66), “o domínio dos meios de comunicação era de fundamental importância para cercear a divulgação daquilo que não era do interesse do poder”. Esse controle fez com que muitos jornais e revistas investissem e matérias culturais, econômicas, de comportamento, para conseguirem passar pela fiscalização do DIP.

Ao final de 1944, o controle do regime estadonovista começa a ser desafiado por vários jornais, como O Globo e Correio da Manhã, que publicavam entrevistas com personalidades do mundo político, que exigiam a volta das liberdades democráticas. A divulgação de matérias vetadas evidenciava que a censura perdera sua eficácia. A pressão crescente por parte da imprensa leva o governo a extinguir o DIP. Com o fortalecimento da oposição, Vargas renunciou em 29 de outubro de 1945. (MARTINS, LUCA, 2006).

Os anos 1950, segundo Areas (2012), foram marcados pelo debate do nacional-desenvolvimentismo, associado ao período de governo de Juscelino Kubitschek (1956-1961). É nesse período que a imprensa se moderniza nos grandes centros urbanos, que há grande busca por mudanças editoriais e pelo melhoramento gráfico, além de que a fotografia começa a ser incorporada como narrativa significativa nos periódicos. Na segunda metade dessa década, a imprensa passa por uma mudança de narrativa e posicionamento, buscando, a partir da oposição a Vargas, publicar matérias mais trabalhadas e com um texto objetivo, o que acarretou na crise política que motivou o suicídio de do então presidente, em 1954. Segundo Abreu (1996, p.10):



A crise política que levou ao suicídio de Getúlio Vargas em 1954 pode ser vista como um divisor de águas. A imprensa, que nos meses que precederam o 24 de agosto exacerbou a linguagem violenta e apaixonada utilizada no tratamento dos temas políticos, a partir desse acontecimento, buscou maior objetividade na construção e transmissão da notícia.

Areas (2012) ressalta que mesmo com a tentativa de objetividade, os jornais reconheciam que conseguir a sua totalidade era impossível. Isso se dá por conta da linha editorial do veículo, pelo caráter partidário, que não se desvincula do conteúdo jornalístico. É principalmente neste momento que as revistas se diferenciam dos jornais na forma de fazer notícias e utilizam da modernização do parque gráfico e do aumento dos investimentos publicitários, para promover outros temas não ligados à política e adentrar novos nichos mercadológicos, criando seguimentos de seguimentos.

Essas transformações permitiram que na década de 1960, o mercado de revistas estivesse em pleno crescimento. Isso se deu ao fato de que com a censura para temas políticos que os jornais sofriam, as revistas passaram a investir em outro tipo de narrativa, com textos com temas mais leves, bem trabalhados, bem diagramados e focados em um novo público.

2. O MERCADO EDITORIAL DE REVISTAS BRASILEIRAS

As revistas chegaram ao Brasil no começo do século XIX, junto com a corte portuguesa. A primeira revista aparece em Salvador, na Bahia, em 1812, com o nome de *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, que publicava sobre os costumes, virtudes morais e sociais, algumas novelas, resumos de viagem e pedaços de autores clássicos portugueses. No ano seguinte, nasce no Rio de Janeiro, *O Patriota*, com colaboradores da elite intelectual do período. Só em 1827 que surge a primeira revista segmentada por tema, *O Propagador das Ciências Médicas*, no RJ, dedicada aos novos médicos que começaram a atuar no país. Neste mesmo ano, aparece a primeira revista feminina nacional, *Espelho Diamantino*, abordando temas como política, literatura, teatro e moda. (SCALZO, 2008; MARTINS E LUCA, 2006).

Essas publicações possuem vida curta, sendo que muitas publicam apenas uma única edição. Nesse período, o valor da produção era muito alta, fazendo com que as revistas fossem destinadas a elite do país, que compunha a parte da população



alfabetizada. Segundo Scalzo (2008, p.28), “a vida das revistas começa a mudar quando é lançada, em 1837, *Museu Universal*. [...] Com textos leves e acessíveis, a publicação foi feita para uma parcela da população recém-alfabetizada”. A partir daí, as publicações começaram a crescer e um mercado consolidado de revistas foi criado.

Morin (1967) defende que a revista representa um mercado de bens simbólicos, que retrata costumes, valores e consumo de uma época. Scalzo (2008, p. 14) completa que “revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos”. Pela forma variada de contar um acontecimento, com textos mais trabalhados, explorando melhor os temas e podendo falar sobre qualquer assunto, que as revistas passaram a ocupar um lugar de destaque entre o livro e o jornal e a atrair tantos consumidores.

De acordo com Corrêa (1991, p. 245), “a revista é um produto que já nasceu segmentado. Do ponto de vista do marketing, uma de suas grandes oportunidades é continuar segmentando os segmentos existentes”. Assim, Mira (2004, p. 248), defende que “a segmentação é uma estratégia gerada pelo desenvolvimento da demanda e pela percepção de que os consumidores têm necessidades diferentes”.

No século XIX, “a revista ganhou espaço, virou e ditou moda” (SCALZO, 2008, p. 20). Transformações tecnológicas, juntamente com as mudanças políticas e econômicas, e a influência do modo de produzir e veicular notícias dos franceses e americanos, o surgimento de grupos e movimentos sociais, alteram a estrutura da revista, criam segmentos e remodelam o processo de produção. Nasce assim, em 1928, a revista de variedades *O Cruzeiro*, publicação dos Diários Associados de Assis Chateaubriand, que revoluciona o mercado editorial da época e passa a ser molde para outras revistas. Segundo Mira (1997, p.13), “*O Cruzeiro* trazia um pouco de tudo e se dirigia a todos, homens, mulheres, jovens ou não, longe da preocupação, hoje obrigatória, de descobrir as preferências de cada um, seus gostos, expectativas ou estilos de vida. Era a *revista da família brasileira*”.

As revistas que concorriam com o periódico de Chateaubriand, datavam sempre do início do século, como a *Revista Semanal* (1900-1962) com enfoque político; a ilustrada *Fon Fon* (1907-1958) que tratava do cotidiano; e a feminina *A Cigarra*⁴ (1914-

⁴ A *Cigarra* foi um periódico extremamente relacionado com as diversas transformações culturais ocorridas nas primeiras décadas do século XX, fazendo crer que a imprensa aparecia como uma consequência da modernidade na cidade de São Paulo. Em 1924, com a morte de Gelásio Pimenta, o



1975). Como exceção das anteriores, apenas no final da década de 30 e início de 40, que vão nascer outras revistas como *Carioca* (1935), *Alterosa* (1939), *Seleções* (1942), que concorrem diretamente com *O Cruzeiro*. Para Mira (1997) essas revistas foram as primeiras que conseguiram ter vida longa no Brasil, tendo suas origens inspiradas nos magazines ilustrados ou revistas de variedades europeias.

Nos anos 1930, as revistas em quadrinhos chegam ao país. Essas publicações se firmaram a partir da década seguinte, com a criação de *Gibi* (1939), *Detetive* (1940) e *O Guri* (1947). Neste período, com a internacionalização da cultura e do modo de vida americano, as revistas passam a ter suas páginas povoadas por astros americanos. O cinema passa a influenciar diretamente o que é publicado ou não no Brasil, muito mais do que fez nos anos 1920 com *Cinelândia*, *Filmelândia* e *Cena Muda*. Surgem publicações parecidas com as antigas revistas de cinemas, que procuravam atingir um público mais amplo, como *Para-Todos*, *Eu Sei Tudo* – concorrente de *Seleções*, *Vamos Ler*. *A Cigarra* e *Vida Doméstica*, também nesses moldes, vem anunciar os progressos da imprensa feminina.

Na década de 1940, nasce *Diretrizes*, principal concorrente de *O Cruzeiro*, capitaneada por Samuel Weiner, com circulação mensal, produzida no Rio de Janeiro e com distribuição nacional. O periódico de variedades transitava entre política e cultura. Já em 1952, aproveitando a euforia do pós-guerra, surge *Manchete*, da Editora Bloch – uma revista ilustrada que priorizava os aspectos gráficos e o fotográfico. *Manchete* sobreviveu até começo da década de 1990, quando, acompanhando a decadência do grupo Bloch e a falência do modelo de revistas semanais ilustradas, perde o seu público (BAPTISTA E ABREU, 2010; SCALZO, 2008).

Os anos 1950 e 1960 são marcados pela profissionalização da imprensa nacional. Em decorrência desses avanços e do aumento do poder de consumo das mulheres, revistas femininas, com enfoque na fotonovela, começam a crescer no mercado editorial. Em 1951, *Grande Hotel* passa a publicar histórias desenhadas e a importar fotonovelas. Em 1952, a Abril lança *Capricho* - que sai inicialmente com 91 mil exemplares, *Ilusões* (1958-1982), *Noturno* (1959-1975), *Contigo* (1963) e vários

periódico passou a ser editado pela Editora O Cruzeiro, pertencente aos Diários Associados. (MATOS, 2008).



subprodutos de *Capricho*, como *Destino* (1959), *Garotas*, *Meu Romance* e *Sortilégio*. A fotonovela vai entrar em declínio após 1970⁵.

Com a criação crescente de periódicos, a indústria de revistas dobra a produção entre 1960 a 1975. Segundo Mira (1997), a consolidação da indústria cultural, com a diversificação do mercado que começa a se especializar, a produção de revistas salta de 104 para 202 milhões. Focada no novo consumidor, surgem revistas com aspectos mais modernos e imbricadas pelas causas femininas, pelo momento de conjectura política e pela mudança de valores familiares e de consumo, faz com que veículos fossem reformulados, como aconteceu com *Alterosa* no final de 1962.

3. MARCAS EDITORIAS DA REVISTA ALTEROSA ENTRE 1962 A 1963

A *Alterosa* foi vendida para o grupo Magalhães Pinto⁶ em 1962, permanecendo no mercado até o fim de 1964. Essa época representa o período de maiores alterações editoriais no periódico.

Para identificar as mudanças na estrutura da revista, foram analisadas quatro edições de 1962⁷ e doze edições de 1963⁸. Os dados desse estudo foram colocados em uma ficha contendo informações sobre capa, sumário, principais reportagens, diagramação, publicidade e disposição das fotografias e ilustrações. As 16 publicações foram comparadas com as 28 edições de 1960 e 1961 a fim de estabelecer um parâmetro sobre as semelhanças estruturais e evidenciar as alterações editoriais.

⁵ “[...] Do lado do público foi havendo um certo desinteresse por parte desse tipo de narrativa, já então considerada ingênua pelas leitoras.” (MIRA, 1997, P.59).

⁶ José Magalhães Pinto foi um dos mais importantes articuladores políticos de bastidores da derrubada do governo de João Goulart. Fundou a Unidade Democrática Nacional (UDN), eleito em 1945 deputado federal. Entre 1950 a 1958, foi reeleito três vezes como presidente nacional da UDN. Em 1960, foi eleito governador de Minas Gerais, derrotando Tancredo Neves. Ficou cinco anos comandando o Palácio da Liberdade e criou o Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais, além de financiar o Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais (IPES). Durante o seu governo, propôs uma série de ações políticas apoiando a deposição do presidente João Goulart. Em 1966, foi eleito deputado federal pela Aliança Renovadora Nacional (ARENA) e assumiu o Ministério das Relações Exteriores no governo Costa e Silva. Em 1968 apoiou a instalação do Ato Institucional Número Cinco. Foi eleito senador em 1970, presidente do Senado Federal em 1975 e deputado federal em 1978, sendo reeleito em 1982. (FOLHA. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/treinamento/hotsites/ai5/personas/magalhaesPinto.html>>. Acesso em 06 de maio de 2015).

⁷ Acervo digital do Arquivo de Belo Horizonte. Disponível em: <http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/comunidade.do?evento=portlet&pIdPlc=ecpTaxonomiaMenuPortal&app=arquivopublico&tax=26801&lang=pt_BR&pg=6742&taxp=0&>

⁸ Acervo digital da hemeroteca da Biblioteca Nacional. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=060135&PagFis=3751&Pesq=>>>



As edições publicadas em 1963 seguem o padrão editorial modificado no final de 1962, com publicação mensal, com cerca de 2 a 4 chamadas na capa (com uma ilustração ou fotografia de uma mulher), aumentando o seu preço de Cr\$40,00 em 1962, para Cr\$60,00 em 1963⁹. Nos anos 1960 a 1961¹⁰, as primeiras páginas, após a capa, mostravam propagandas de página inteiras, contendo texto e fotos do produto ou serviço anunciado. A edição nº361, de janeiro, modifica essa estrutura, com uma reportagem especial de Geraldo Andrada, sobre o pintor Alberto da Veiga Guinard, que continua mostrando obras e vidas de pintores de referência.

Além disso, após as folhas com publicidade de páginas inteiras, é informado o falecimento de um funcionário da revista. Na nota “Publicidade com um Soldado a Menos”, o chefe de publicidade, Oscar de Oliveira, falecido no dia 8 de dezembro de 1962, e que participou durante 17 anos, do expediente da revista, é homenageado.

Outra modificação na edição de janeiro/1963 é o ‘Diálogo com o Leitor’ realizado pelo editor Roberto Drummond, que justifica o aumento do preço (de Cr\$40,00 em 1962, para Cr\$60,00 em 1963). O acréscimo, segundo o editor, deu-se devido ao aumento do dólar e da inflação do período e pelas despesas de impressão com a nova editoração da revista – aumento do tamanho, maior quantidade de fotografias, modernização da revista. Segundo Drummond, “Alterosa mudou de tamanho e, se multiplicou suas atrações, também viu multiplicadas suas despesas: por isso está custando um pouco mais”.

Com a mudança editorial, a revista passa a contar com uma nova equipe, com profissionais com uma média de 26 anos que passam a ganhar mais, para garantir o desenvolvimento moderno da nova fase. Além disso, de acordo com o editor, a revista passa a receber mais cartas dos leitores, com um aumento de 100% em seu volume, e de 700% na venda avulsa do periódico em todo o país, mostrando que as adaptações editoriais foram bem recebidas pelo consumidor.

As cartas recebidas ganham maior espaço geográfico, vindo de Paris, na França, até o Rio Grande do Sul, no Brasil. Os anúncios publicitários passam por reformulações. Enquanto que nos anos anteriores, elas possuíam mais ilustrações, em 1963 elas ganham

⁹ Em junho de 1960, Alterosa reajusta o preço do exemplar, de Cr\$15,00 para Cr\$25,00. Novo reajuste é realizado em agosto de 60, indo para Cr\$40,00, que dura até 1962. (N.A.)

¹⁰ A análise das edições de 62, são prejudicadas pela ausência de 8 edições, dos meses de janeiro, e de março a setembro. (N. A.).



mais texto publicitário e fotografias sobre os serviços e produtos que anuncia. Essa fase traz uma nova forma de anunciar nas revistas, olhando mais atentamente para o público alvo.



Imagem 1: Edição nº329, maio 1960



Imagem 2: Edição nº363, março 1963

Apesar da revista ter distribuição nacional, a maior parte das propagandas é de Belo Horizonte. Os anúncios de página inteira são em sua maioria, de produtos ou serviços nacionais, enquanto que as que ocupam 1/4 da folha, são de Belo Horizonte, focando no consumidor local e regional.

Em 1960 o sumário começa na página 02, abaixo do editorial, continuando na página 03, em um formato horizontal. Ele continha a separação de matérias por categorias, como *Contos e Novelas*, *Cronistas*, *Seções Permanentes*. Nesse formato, as seções eram modificadas, cortadas ou substituídas por novas, sem se preocupar com uma estrutura mais padronizada. As matérias, muitas vezes começavam em uma página na revista, sofria interrupções em sua narrativa e só era finalizada páginas depois, como o conto *O Mais Emocionante Esporte*, escrita por Cornel Lumiere, que apresenta a conclusão na página 74, o início do conto nas 82-87, com o final nas 90 e 91.

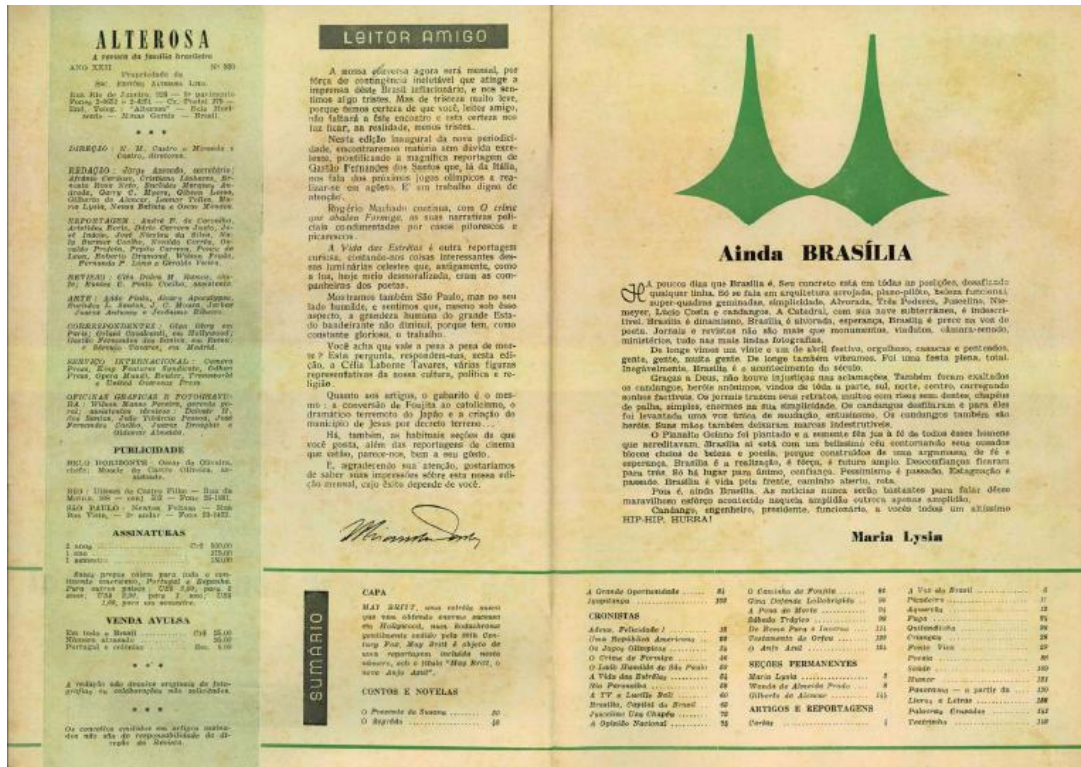


Imagem 3: Edição nº330, jun. 1960

Com a revisão editorial, o sumário vai para a página 01, utilizando de toda a folha. Nesse novo modelo, ele passa a conter as principais reportagens da revista, constando na lateral esquerda (em negrito) o que se refere à publicação. No meio da folha, logo abaixo a palavra sumário em caixa alta, a página e uma chamada da reportagem. Ao final de 63, a palavra *sumário* é substituída por *o que ler*, conforme a figura número 5.



SUMÁRIO	
Nossa Grande Reportagem	38 Fotos Exclusivas De Jânio Quadros Em Londres: O Ex-Presidente Na Intimidade De Um Pequeno Apartamento
Interpretação Política	36 Ponto De Interrogação Na Volta De Jânio: Quais Os Caminhos De Quadros?
Religião E Mídia	45 Um Segredo Do Vaticano: Concílio Quer Desvendar Voto De Nôiva
Interesse Humano	24 Uma Mãe Conta Para Salvar Seu Filho: A História De Uma Mulher E Uma Canção Inesperada
Personagem Do Momento	18 Carlos Drummond De Andrade Para Principiantes: Lição Das Coisas Do Poeta De Itabira
Mulher História	76 Ingrid Bergman, Mistério Aos 48 Anos: Como Guarda As Lágrimas Para o Cinema
O Outro Lado Da Vida	62 Lagostas, A História De Uma Guerra Que Ficou Para Depois
Futebol	10 Escrinhos Das Pólvoras Joga Sua Esperança No Sal Americano: O Lado Humano E Os Sinos De Choc Rapazes
Economia	58 Aula Prática De Inflação
Poesia	81 Poema Das Ilusões Perdidas, De Bueno De Rivera
Conto	70 A Capital Do Mundo, Outra Prata De Ernest Hemingway
Crônica	84 Tristeza De Santa, Nova Grande Página De Ivan Angelo
Humor	82 Heinfil Descobre A Graça Do Caminhão Pipa
Colunas	28 Em Pensez Palavras: Pequenas Notícias De Grande Interesse: Elas! Os Passos Das Mulheres Famosas
Feministas	40 e Tudo Sobre Moda E Beleza
	48

Imagem 4: Edição nº363 de març. 1963

O QUE LER	
Paulo VI	6 Seus Sonhos No Concílio
Madame Nhu	62 Bonitinha, Mas Ordinária
Ze Arigó	16 O Que Ninguém Explicou
Marilyn	22 La Monroe Continua Viva
Otto Lara	14 Como Abraçar Jornalismo
Bosc	34 Como Rir Com Vontade
Fernando Sabino	10 O Encontro Demarcado
Ivan Angelo	85 As Amadas, Não
Futebol	66 O Brasil Está Em Crise?
Henfil	53 Saiba Rir Da Dor De Dente
Carlos Wagner	36 Conversa Noturna
Gov. Valadares	54 O Amor Sobre Rodas
Carlos Drummond	58 O Poema Que Será Filme
Confidencial	28 Notícias Curtas Em Segredo
Lúcia Machado	85 Xisto E Suas Proezas
Mulheres VIPs	74 Seus Passos, Suas Fotos
Os Soldados	30 Uberlândia, Meninos E Parada
O Drama	76 Uma Canção Por Um Boi
Gente	82 Ivan Angelo Interpreta
Feministas	37 Sílvia Milto Na 2a. Revista

Imagem 5: Edição nº371 de nov. 1963

Sobre o conteúdo, a reformulação editorial traz maiores reportagens, contos, crônicas e curiosidades, sobre lugares e personalidades brasileiras. Na edição nº358 de outubro de 62, ‘Pelé: Que Rei Sou Eu’, falando sobre o jogador de futebol. Outra matéria de destaque é de publicação nº363 de março de 63, intitulada “Carlos Drummond De Andrade Para Principiantes: Lição Das Coisas Do Poeta de Itabira” sobre o escritor e poeta mineiro. Ainda nesta edição, Jânio Quadros é questionado – isso se deu principalmente ao posicionamento político de Magalhães Pinto contrário ao governo -, em ‘Ponto de Interrogação Na Volta De Jânio: Quais Os Caminhos De Quadros?’ e na exclusiva contando como Jânio viveu em Londres.

Essa fase da revista, muito mais do que nos anos de 1960 a 1961, modifica a forma narrativa de falar sobre política. Sobre isso, Rodrigues (2011, p.04) comenta que:

Podemos notar através dos textos e imagens de Alterosa, traços importantes da filiação política do periódico. Seu novo dono, o governador de Minas Gerais José de Magalhães Pinto, era importante mediador no governo de João Goulart e participou diretamente das articulações que levaram à derrubada do então presidente brasileiro. [...] O governador de Minas, ao que parece, compra o periódico para fazer de suas páginas um arauto de suas ideias políticas. É comum nas páginas de Alterosa acusações contra comunistas ou contra o governo João Goulart.

Para exemplificar a fala de Rodrigues, na edição nº358 de outubro de 1962, na seção política, a reportagem ‘Magalhães Pinto: Alegrias e Tristezas De Um Governador’, fala sobre o que o político desenvolveu suas posições e futuros projetos. A reforma editorial modelou a *Alterosa*, padronizando sua estrutura. A mudança de colunas e seções, que constantemente acontecia até 1961, deixou de ocorrer. O novo formato fixo colocou a *Alterosa* na trilha dos fenômenos de circulação nacional. Para Rodrigues (2011, p.3) “*Alterosa* sofre gradativas mudanças até chegar a seu formato final espelhado nas revistas de sucesso nacional como as já citadas *Manchete* e *Cruzeiro*, e em publicações internacionais como a *Paris Match*”.

O formato da revista foi de 25,5 x 17,5 nas primeiras edições, para 24 x 16. A tiragem inicial chegou a 4.000 exemplares, sendo estendida de 30 a 80 mil exemplares. Outra característica que se modificou foi a sua periodicidade. De 1939 a 1953, era mensal, passando para quinzenal entre 1959 até abril de 1960, e voltando para um exemplar por mês a partir da edição nº329 de maio de 1960 até o seu encerramento em 1964.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para entender o mercado editorial de 1960 a 1964, fez-se necessário contextualizar as décadas de 30 a 60. O recorte temporal proposto, apesar de anteceder a criação da *Alterosa*, é justificado pela relevância desse período e pelas mudanças tragas para o cenário político e para a manutenção da imprensa a partir de 1939.

As décadas de 30 e 40 foram marcadas por grandes rupturas, como o crescimento da população urbana e a valorização da mulher, o que foram fatores decisórios para a criação da *Alterosa* em 1939, que era destinada ao público feminino. Esse período trouxe um novo formato de editoração de periódicos, que foi inaugurado a partir da reformulação de *O Cruzeiro*. Para Mira (1997), foi nessa época em que se organizaram os rudimentos da indústria cultural no Brasil.

Alterosa, assim como as revistas nacionais de variedade de maior circulação, *O Cruzeiro* (1928), *Revista Diretrizes* (1938), *Manchete* (1952), passaram a investir em fotografias de qualidade que representavam a sociedade da época, com mulheres bonitas e modernas, roupas e acessórios contemporâneos, além de reportagens bem escritas,



ensaios sobre a vida da alta sociedade brasileira e matérias sobre artistas internacionais. De 1939 a 1950, com a direção de Miranda e Castro, exalta a moda e os acontecimentos europeus, passando de 1950 a 1952, a destacar o *american-way-of-life*, sendo que apenas a partir do final de 1962, com venda do veículo para Magalhães Pinto e a direção de Roberto Drummond, que os acontecimentos e as celebridades, intelectuais e políticos brasileiros, ganham real destaque.

A contextualização das décadas de 1930 e 1940 permite entender o funcionamento do mercado editorial pesquisado. Mesmo que as revistas citadas acima, com exceção da *Alterosa*, não tenham sido criadas exatamente em 1939 e nem na capital mineira, as suas narrativas são essenciais para compreender a sociedade daquele período e como a revista permite um resgate a história de seu público.

Assim, a análise das 16 edições do período de 1962 e 1963, e a comparação da estrutura e das marcas editoriais identificadas com as edições de 1960 a 1962, permitiu identificar as mudanças (e diferenças) editoriais, o aumento da edição, matérias mais políticas, a mudança de valor, foram fatores estratégicos para posicionar a revista no mercado, adentrando verdadeiramente no cenário nacional e se tornando concorrente de grandes revistas, como *O Cruzeiro* e *Manchete*. Entretanto, a lacuna existente em 1962 e em 1964, dificulta uma compreensão maior sobre as alterações e sobre o que era ou não veiculado pela publicação, abrindo margem para a continuação da pesquisa e a busca pelas edições faltantes.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Alzira Alves de (org.). **Imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1996.

AREAS, Daiana Maciel. Imprensa e política na década de 1950: o caso do *Correio da Manhã*. In: **Anais do VX Encontro Regional de História**. ANPUH-RIO. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <http://www.encontro2012.rj.anpuh.org/resources/anais/15/1338498472_ARQUIVO_Daiana_Anpuh2012_revisado.pdf>. Acesso em: 01 de mai. 2015.

BAPTISTA, Íria Catarina Queiróz; ABREU, Karen Cristina Kraemer. A história das revistas no Brasil: um olhar sobre o segmentado mercado editorial. **Revista Científica Plural**. Tubarão/SC: UNISUL, 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/baptista-iria-abreu-karen-a-historia-das-revistas-no-brasil.pdf>>. Acesso em: 27 de fev. 2015.



CORRÊA, Thomaz Souto. Revistas: segmentando a segmentação. In: RICHERS, Raimar; LIMA, Cecília Pimenta Lima. **Segmentação: opções estratégicas para o mercado brasileiro**. São Paulo: Nobel, 1991. P.245-251.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **Imprensa e Cidade**. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

MATOS, Hivana Mara Zaina. A Revista A Cigarra no espaço urbano 1914-1934. In: **Anais do XIX Encontro Regional de História: Poder, Violência e Exclusão**. ANPUH/SP-USP. São Paulo, setembro de 2008. Disponível em: <<http://www.anpuhsp.org.br/sp/downloads/CD%20XIX/PDF/Autores%20e%20Artigos/Hivana%20Mara%20Zaina%20de%20Matos.pdf>>. Acesso em 13 de mai. 2015.

MIRA, Maria Celeste. Cultura e segmentação: um olhar através das revistas. In: CHAIA, Miguel; SILVA, Ana Amélia da (Orgs.). **Sociedade, cultura e política: ensaios críticos**. São Paulo: EDUC, 2004. p. 247-259.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: o caso da Editora Abril**. 1997. 359 f. (Tese apresentada ao Departamento de Doutorado em Sociologia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. Rio de Janeiro: Forense/Universitária, 1967.

RODRIGUES, Carla Corradi. Fotorreportagens e política nas páginas da revista Alterosa (Brasil, 1962-1964). In: **Anais do II Congresso Internacional de História da UFG**. Jataí, 2011. Disponível em: <<http://www.congressohistoriajatai.org/anais2011/link%2036.pdf>>. Acesso em: 20 de fev. 2015.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 3. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2008.