



JUNIOR: O NASCIMENTO DO FILHO PRÓDIGO¹

Renata de Freitas COELHO²
Larissa PELUCIO³

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, SP

Resumo

A revista *Júnior*, voltada para o público gay masculino, passa a circular em um momento em que houve sensível intensificação de discussões sobre diversidade sexual em diferentes meios massivos, assim como ocorreram mudanças no “lugar social da homossexualidade na sociedade brasileira” (França, 2010). O corpus desta pesquisa concentra-se nas edições de 2011. Destacamos nessas publicações duas seções: “dossiê” e “editorial/artigo”, nas quais essa hipótese pode ser melhor verificada, dado o cunho mais opinativo desta última e a preocupação da primeira em abordar temas polêmicos e atuais que fazem parte do universo de jovens gays. Uma das questões, portanto, deste trabalho é entender o que a *Júnior* considera como “identidade” gay, como retrata esses jovens e, em que medida tem contribuído para a construção de um lugar cidadão para seu público leitor. No âmbito teórico trabalhamos com uma perspectiva que dialoga com a teoria queer.

Palavras-chave: Revista *Júnior*, teoria queer, identidade gay, direitos sexuais

Folheando as revistas: do surgimento às publicações gays hoje

A década de sessenta foi marcada pelo surgimento das primeiras publicações voltadas para o público “gay”⁴. A homossexualidade, no entanto, tem sido representada bem antes disso em periódicos como o *Snob*, de 1961 e o *Lampião de Esquina*, de 1978, entre outros de vida rápida e circulação restrita (LIMA, 2009).

Neste trabalho entendemos que essas primeiras publicações podem ser alocadas sob a rubrica de “imprensa alternativa”. Ainda que não haja consenso entre pesquisadores/as sob a definição do termo, vamos usá-lo a partir da definição de

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, espaço e cidadania do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação. 5º semestre do Curso de Jornalismo da UNESP, e-mail renafcoelho@gmail.com. Bolsista de Iniciação Científica PIBIC.

³ Professora Assistente do Departamento de Ciências Humanas, UNESP, larissapelucio@yahoo.com.br

⁴ Usamos o termo entre aspas para indicar que está é a forma genérica e mais contemporânea de categorização identitária para se falar de pessoas que se relacionam afetiva e sexualmente com outras do mesmo sexo, sobretudo para referir-se a homens. Para uma historização do surgimento de termo e seus usos políticos e midiáticos no Brasil ver Facchini (2005) e Simões e Facchini (2009).



Kuciski, para quem a imprensa alternativa tem seu lugar histórico nas décadas de 1960 e 1970. Contrapondo-se aos veículos associados a políticas dominantes, aqueles jornais foram, muitas vezes a “única saída, para uma situação difícil e, finalmente, o do desejo das gerações dos anos 60 e 70 de protagonizar as transformações sociais que pregavam. (KUCINSKI, 1991, p.XIII).

A imprensa alternativa / nica ou de underground esteve à margem do processo editorial do mercado (...) essa imprensa, literatura banida, perseguida, acuada, coincidiu com os anos do grande florescimento do milagre econômico brasileiro. E o lugar da literatura no meio dessa sociedade da iniquidade está perfeitamente traduzido nessa imprensa que lutou sem fazer parte do mercado e do processo econômico. Ela nasceu dentro de uma sociedade que se industrializou rapidamente e é um reflexo do desprezo profundo que o sistema tem pela inteligência e pela cultura.” (FERNANDES, 1987:9)

Porém, foi em meados da década de setenta que surgiu o principal veículo de comunicação voltado para o público homossexual e para a defesa dos direitos das chamadas “minorias”, o já mencionado *Lampião da Esquina*. O jornal mensal tinha tiragem de aproximadamente 20 mil exemplares. Essa imprensa militante e segmentada, reunia uma equipe de peso, com nomes como Aguinaldo Silva, Jean-Claude Bernadet, Peter Fry, Clóvis Marques, entre outros. Usando de gírias do “meio”, o jornal discutia questões ligadas à homossexualidade, e tinha na sessão “carta dos leitores” como um espaço de interação entre os membros das comunidades (LIMA, 2009). Em seu primeiro editorial, *Lampião da esquina* trazia como motivo de existência do jornal:

A idéia de publicar um jornal que, dentro da chamada imprensa alternativa, desse ênfase aos assuntos que esta considera ‘não prioritários’(...), mas um jornal homossexual, para quê? (...) nossa resposta é a seguinte: é preciso dizer não ao gueto e, em consequência, sair dele (...) e uma minoria, é elementar nos dias de hoje, precisa de voz (...) Para isso, estaremos mensalmente nas bancas do país, falando da atualidade e procurando esclarecer sobre a experiência homossexual em todos os campos da sociedade e da criatividade humana. (LAMPIÃO apud LIMA 2009: 04)

O jornal tinha como conteúdos temas que, mesmo nos dias de hoje, ainda tem pouca visibilidade na sociedade. É o caso da matéria de capa da edição de número 12, publicada em maio de 1979, que trazia como manchete “Amor entre mulheres”. Muitos/as pesquisadores/as consideram que vivemos em um mundo onde a



invisibilidade lésbica é uma constante, com um mercado pequeno ou inexistente voltado para esse público. O que reforça o caráter vanguardista do *Lampião*, jornal que assumia como objetivo a construção de uma nova identidade para o público de “entendidos”, gíria da época usada por homossexuais masculinos e femininos para referirem-se à sua orientação sexual. Acostumados a se verem representados por uma imprensa que fazia apenas colunismo social, a internção do jornal produzido por homossexuais era oferecer ao público leitor outros pontos de vistas, considerados mais orgânicos e menos caricatos, além de intentar criar uma identificação capaz de municiar aquele segmento para a luta por direitos políticos e sexuais.

A identificação com o público leitor é, ainda hoje, o objetivo máximo das publicações voltadas para o mercado editorial “gay”. Porém, mais do que estabelecer uma relação de “fidelidade”, as publicações enfrentam determinantes outros que estão para além do mercado editorial, que, em nossas hipóteses iniciais relaciona-se também com os constrangimentos sociais que afetam o possível público leitor. Uma vez que comprar ou assinar a revista pode ser “denunciador”, tirando o leitor do “armário”. Talvez essa seja alguma das explicações para justificar a vida curta das revistas desse segmento como no caso das extintas revistas *DOM*(2007) e *Aimé* (2008).

Na busca por esse público, encontramos no editorial do primeiro exemplar da extinta *DOM- De outro Modo* um esforço de alargar o leque de “identidades” ao mesmo tempo que procura apresentar um perfil editorial:

Mais do que uma “revista gay”, a *DOM* que apresentamos a você hoje quer ser igualmente plural. Sua essência é inclusiva, não exclusiva. Queremos que todos, gays, lésbicas em todas as suas variantes, simpatizantes ou simplesmente humanos (afinal, gays são parte natural da paisagem humana e não “um ponto fora da curva”), sintam-se à vontade por aqui, enxergando nessas páginas um universo não de estranhamento, mas de encantamento, não de apartes, mas de encontros. (Revista *DOM*, 2007, p. 8)

Passado o momento mais combativo e crítico da imprensa homossexual, entramos nos anos de 1990 com periódicos que parecem dar mais espaço para fotos de homens nus, textos menos engajados politicamente como a *G Magazine*, periódico que tem buscado, no presente, se reconfigurar. Ocorre que, o público passa a se interessar por matérias mais elaboradas, que tratem do “universo gay” de forma mais completa, e, até intimista.



Mais recentemente, surgem três novas publicações que passam a disputar o mercado editorial gay masculino. São elas: revista *Junior* (2007), *DOM* (2007) e *Aimé* (2008). A nova configuração de interesses dessas revistas se pauta no comportamento e na estética dos gays. As revistas *DOM* e *Aimé* tiveram um curto período de circulação, tendo suas últimas edições publicadas em 2009, enquanto a *Junior* (voltada para um público jovem) se mantêm, ao lado da recém- chegada *Homem*, também da editora *MIX Brasil*, voltado para um público mais velho.

O site da revista está hospedado no portal Mix Brasil, ativo desde 1993, o que garante credibilidade, já que é o maior portal gay da América Latina. O portal foi criado por André Fischer, que também atua como editor da *Junior*. Fischer também é conhecido por ter criado o termo “GLS”, sigla para “gays, lésbicas e simpatizantes”. O termo “simpatizantes” atua como forma de ampliar o alcance mercadológico, tanto da revista quanto de qualquer outro setor ligado à imprensa gay (AZEVEDO, 2010). A revista *Júnior* começou trimestral, e a partir da edição de abril de 2010 ela se tornou mensal.

Júnior: do armário à banca

“Assumida sem ser militante, sensual sem ser erótica, cheia de homens lindos, com informação para fazer pensar e entreter”, é assim que o editor da *Júnior*, André Fisher, apresenta a revista a seus leitores no editorial do primeiro número da publicação que chegou às bancas de todo o País em dezembro de 2007, com uma tiragem inicial de 37 mil exemplares. A *Júnior* veio somar-se a um número cada vez mais diversificado e segmentado de revistas oferecidas ao público brasileiro (MIRA, 2001), seu diferencial, porém, está em fazer este recorte a partir das variáveis geração, gênero e orientação sexual, identificando-se como uma publicação para rapazes gays. Situamos a publicação da revista no bojo de uma série de mudanças do “lugar social da homossexualidade na sociedade brasileira” (FRANÇA, 2010). A *Júnior* passa a circular em um momento em que houve sensível intensificação de discussões sobre diversidade sexual em diferentes meios massivos. Mesmo aqueles tidos como conservadores, como é o caso da Rede Globo, passaram a incluir em sua pauta a temática. Soma-se a essa visibilidade, debates públicos sobre a criminalização da homofobia, popularizando o termo que até recentemente não fazia parte do vocabulário das pessoas alheias aos debates acadêmicos e/ou políticos sobre as questões das sexualidades não-normativas.



É interessante observar que nesse momento de tensionamento político em torno de questões identitárias e de direitos sexuais, a *Júnior* se apresente como “assumida” sem ser militante. Estampando essa primeira qualidade em fotos de rapazes de dorso nu ou com roupas sexualizadas em suas capas⁵.

Entre os objetivos que nos movem nessa pesquisa está o de perceber o que a revista entende e divulga sobre o ser “gay” no Brasil desta segunda década do século XXI. Tomando gênero, sexualidade e mídia como elementos constitutivos das subjetividades contemporâneas, buscamos levantar os discursos que a *Júnior* tem mobilizado a fim de criar uma identificação com um leitor “gay”, procurando perceber como os leitores têm se identificado ou não com os modelos identitários oferecidos pela revista e, mesmo, feito intervenções no formato da mesma, e em que direção vão estas interferências, de maneira que possamos considerar a complexidade desse segmento para além das abordagens homogenizadoras⁶. Para tanto, levamos em conta os vários eixos de diferenciação social como cor/raça/etnia, classe, faixa etária, regionalidade e estilo, a fim de conferir densidade a esses sujeitos e perceber quais vivências são compostas pelo enfeixamento desses marcadores.

O recorte temporal pesquisado inclui as revistas do ano de 2011, totalizando 12 edições. As seções “Dossiê” e “Editorial/Artigo” serão analisadas de forma mais minuciosa, o que não exclui a análise e leitura da revista como um todo, já que é no “alinhamento”, isto é, no contexto sequenciado e ordenado das seções e matérias que podemos ter uma visão analítica do todo.

A seção “Dossiê” trata de assuntos atuais e, quando possível, polêmicos. A coluna traz rapazes como personagens protagonistas, o que, acreditamos, gera identificação, sendo uma das colunas mais comentadas e antigas da revista. No entanto, foi possível perceber através da seção “Carta de leitores” que a “Dossiê” está perdendo seu principal objetivo: tratar temas mais “espinhosos”, que, segundo se pode ler na seção de cartas, auxilia os leitores em seus dramas cotidianos referentes à sua orientação sexual. A crítica que acompanha estes comentários é de que a revista tem se concentrado atualmente em temas “banais”, como levantou o leitor Nando Sardenha.

⁵ Poucas vezes a revista trouxe na capa foto de mulheres, como no número no qual a jornalista Fernanda Young ocupou aquele espaço ou, mais recentemente, a atriz Cláudia Raia.

⁶ Ainda não iniciamos a pesquisa de recepção. Os dados que temos até o momento vêm do acompanhamento da página oficial da revista no Facebook, no Twitter e no próprio site da *Júnior*, onde há possibilidade do leitor interagir postando comentários relativos às matérias.



Tenho saudades da época que a *Júnior* tratava no “Dossiê de assuntos espinhosos como gays moradores de asilo (minha preferida), gays moradores de rua, presidiários, etc. Perdi o interesse pela seção quando os assuntos viraram fúteis: a vida dos ursos⁷, as histórias de quem assumiu, amigos chatos do namorado... Os assuntos “antigos” mostravam comprometimento jornalístico da revista que se perdeu nessa nova fase mais pop.

Já a seção editorial cumpre a função de demarcar a opinião da revista, assim como o artigo ou a seção “Pensata”, que são colunas mais opinativas e reflexivas.

Flávia Azevedo que analisou a revista a partir dos aportes da teoria queer, ressalta o caráter mercadológico da *Júnior*, que, via modelos de e para o consumo acabaria essencializando as identidades e pautando modelos de “ser gay” altamente normalizados. Escreve Azevedo:

No caso da *Júnior*, há constantemente em suas páginas a reiteração da masculinidade hegemônica, exaltando o “masculino”, o “macho”, o músculo não só como sinal do padrão de beleza que deve ser desejado e perseguido, mas também da saúde e da masculinidade vigorosa que os gays, como homens que são, precisam possuir. Se, por um lado, essa aproximação contínua da masculinidade dominante representa rejeição às atribuições que o senso comum dispensa aos gays como supostamente delicados, fracos, “menos homens”; por outro, é notada uma naturalização de características que, supostamente, seriam típicas do grupo como sensibilidade, interesse por marcas, elegância e bom gosto, criando uma certa masculinidade que instaura hierarquias internas dentro do próprio grupo que busca constituir. Afinal, quantos dentre os gays têm acesso a este mundo do consumo, para ficar na questão mais simples (AZEVEDO, 2010: 16)

Ainda que tendamos a concordar com Azevedo, procuramos ler a revista também pelo olhar de seus leitores, o que tensiona a linearidade dos argumentos críticos que tomam a recepção como um processo mais passivo que criativos. Inquerida por um rapaz ativista de uma ONG de Campinas sobre o que achava da revista *Júnior*, Pelúcio, que fazia sua pesquisa sobre “meninos femininos”⁸, exita em dar uma resposta

⁷ Ursos são homens que se autodenominam como gays mas corporificam um tipo de estética tida como mais “masculina”, cultivando barbas, valorizando os pêlos e mesmo a gordura corporal. Para uma discussão mais aprofundada sobre os ursos ver França, 2010.

⁸ A pesquisa fez parte do Projeto de Implantação da Área de Pesquisa Diversidade Sexual, Poder e Diferença no Núcleo de Estudos De Gênero Pagu/Unicamp. O projeto obteve apoio da Coordenação Geral de Promoção dos Direitos de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais – LGBT da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República e teve como coordenadoras as pesquisadoras Iara Beleli e Karla Bessa do Pagu. Integraram, ainda, a equipe de coordenação a pesquisadora Regina Facchini (Pagu/Unicamp) e a Profa. Larissa Pelúcio (Unesp Bauru). O resultado parcial dos dados pode ser lido em Pelúcio, 2011.



valorativa, quando é interrompida pelo rapaz: “eu acho ótima! Muito boa mesmo! Cheia de informação! Nossa, mudou minha vida!”. Ou seja, a forma como os leitores irão se apropriar do conteúdo disponibilizado é ativa e pode surpreender as intenções do editor e de quem pesquisa o conteúdo dos produtos culturais.

Nesse marco, propomos um diálogo com o programa de pesquisa elaborado por Jesús Martín-Barbero, no qual a observação não se concentra nos meios em si, mas expande a análise para as mediações⁹. “De forma genérica, significa deslocar os processos comunicativos para o denso e ambíguo espaço da experiência dos sujeitos” (ESCOSTEGUY, 2002: 11, nota de rodapé 17). Por tanto, tomamos como premissa que não há passividade na recepção dessas mensagens, de maneira que elas são apreendidas, problematizadas em algum grau e, mesmo, resignificadas pelo público específico, assim como por uma audiência mais abrangente, formando imagens que referenciam olhares. Essas miradas, assim como os textos e imagens ajudam a conformar um juízo que esses sujeitos têm de si mesmos.

No âmbito teórico estes trabalhos propõem-se fazer a discussão sobre gênero e sexualidade a partir de uma perspectiva antropológica que dialoga com a teoria queer e com os estudos culturais latino-americanos, especialmente, no desenvolvimento da problemática da recepção.

Pretendemos, pois, investigar os modelos de masculinidades e homossexualidade masculina apresentado pela revista *Júnior*, e como esse veículo tem colaborado para a conformação das subjetividades de jovens que se identificam como gays. Procura, ainda, levar em conta as tensões entre visibilidade/invisibilidade; política/mercado; nós/outros que perpassam os editoriais e matérias de uma revista que pretende ser “assumida sem ser militante”(FEITOSA, 2010).

Armários, homens afeminados, relações estáveis

Várias colunas da *Júnior* fazem referência à beleza e a estética, visto que se cuidar, estar em forma, ter objetos de desejo, é uma espécie de afirmação de classe. Mas também de reiteração de valores normativos contemporâneos que associam a vigilância sobre o corpo como sinônimo de saúde e controle de si. Além disso, a capacidade de se

⁹ Martín-Barbero explica em entrevista que “mediação significava que entre estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana” (Em entrevista concedida a Cláudia Barcelos, 2000: 154).



passar por hetessexual, de entrar no armário quando necessário é vista como algo positivo nas páginas da revista. Assim, na “indústria gay”, os bens de consumo são vistos como agregadores de valor a um eu desvalorizado, ou seja, o indivíduo até pode ser gay, contanto que possa parecer hetero e/ou orientar-se por uma pauta de consumo que, teoricamente, conferiria respeito a sua orientação sexual.

Uma matéria da edição 39, na seção “Moda”, traz como manchete “HI-LO: misturar peças baratas com itens de luxo nunca esteve tão em voga”. A proposta, aparentemente apresenta produções que giram em torno dos mil reais, sendo a mais cara no valor de R\$ 1.457,90. Os valores dos bens de consumo impressos nessa matéria não são compatíveis com o poder aquisitivo de uma vasta gama da população brasileira. Há nessa oferta de estilo mais que possibilidades de aquisição desses bens, claramente restritivos. O que a revista parece oferecer naquelas páginas é um vocabulário de estilo que, por sua vez, legitimaria um lugar simbólico interessante ao leitor, entendedor de moda, “atenado” com as tendências, exigente e seletivo em suas escolhas, em suma, refinado. O que, por outro lado, ajuda a reiterar, como sublinhou Azevedo, um lugar naturalizado e essencializado das identidades, sem problematizar os diferentes marcadores sociais como classe, raça/etnia, geração e estilos corporais por exemplo. Ajudando, por outro lado, a reafirmar estereótipos como o do “gay” que entende de moda e tem muitas preocupações “frívolas”.

Ainda que reconheçamos que as mensagens veiculadas pela revista podem ser apropriadas e significadas de formas distintas e imprevisíveis pelos leitores, não podemos deixar de apontar algumas reiterações da norma heterossexista que ganham espaço na *Júnior*. Por exemplo: o homem afeminado é excluído das publicações, e quando aparece é na forma de algum personagem, incluso dentro de uma reportagem maior, o que já adquire menor visibilidade. Além disso, é muitas vezes o afeminamento está relacionado a pertencimento de classe e aparece nos termos pejorativos como “bicha pão com ovo”, ou “ensinando a fazer carão”¹⁰. A *Júnior* adverte: fazer carão está fora de moda.

Eve Kosofsky Sedwick, uma das pioneiras da Teoria Queer, publicou um ensaio intitulado “How to bring your kids up gay”, (1993) na qual propõe que a figura do menino afeminado está ligada à patologização da homossexualidade. Sendo, por isso,

¹⁰ A primeira expressão tem conotação pejorativa e refere-se a pertencimento de classe e de local de moradia. É usada para se referir a rapazes da periferia que teriam de levar lanche para não passar fome nas suas incursões pelo circuito de lazer gay. A segunda expressão é bastante usada entre travestis e refere-se a fazer poses e expressões faciais que mostrem superioridade e insinuem glamour.



marginalizados e excluídos no movimento e nas relações sociais. É ela também que nos apresenta uma consistente e instigante teoria sobre o “armário” como um dispositivo de controle das sexualidades. Miskolci, discutindo com Sedwick propõe que é

necessário ter em mente que o armário não é um objeto de reflexão apenas sobre aqueles que se relacionam com pessoas do mesmo sexo, mas também o meio de regulação que garante privilégios àqueles que se relacionam com indivíduos do sexo oposto e mantém a ordem heterossexista com suas instituições (como o casamento e a família tradicionais) e seus valores (como a assimetria entre os gêneros). Em suma, o armário não diz respeito apenas àqueles que vivem suas vidas amorosas em segredo, mas também àqueles que usufruem o privilégio de vivê-las abertamente.

O armário é uma forma de regulação da vida social de pessoas que se relacionam com outras do mesmo sexo, mas temem as conseqüências nas esferas familiar e pública. Ele se baseia no segredo, na “mentira” e na vida dupla. Esta tríade constitui mecanismos de proteção que também aprisionam e legam conseqüências psíquicas e sociais àqueles que nele se escondem (MISKOLCI, 2007: 58).

Os homens retratados nas capas, fazem um jogo ambíguo com o dispositivo do armário uma vez que exibem músculos e transpiram masculinidade, estão ali para incitar o desejo de ser/parecer como eles mas também de ter aquele rapaz como parceiro sexual ou amoroso. O paradoxal está no vender masculinidade para fomentar o desejo de homens por outros homens. Assim, a banca pode se tornar um lugar de exposição das sexualidades não-normativas, mas também de reiteração de modelos de masculinidades e de como se deve agir como “gay”, corroborando com processos de exclusão daqueles que não atendem a esses padrões.

Esse padrão corporal associado à masculinidade e assim à “normalidade” aparece nos editoriais de moda, e em outras páginas da *Júnior*. Em muitas reportagens e entrevistas são homens os que se tornam visíveis, podemos dizer, é inalcançável para a grande maioria, mesmo que a revista insista que é possível “chegar lá” através de matérias de dietas e exercícios físicos. Manchetes que prometem “uma panturrilha de atleta”, “uma pele de seda” e “shapes emagrecedores que realmente funcionem” são comuns na revista, tanto quando são pautas em revistas femininas, o que caminha para um caráter normativo, como se fosse possível existir um tipo de homem gay apenas, e como para ser feliz fosse necessário seguir esse padrão. Essa visão, como já pontuou Azevedo, pode ser entendida como contraditória, já que a revista propõe tratar da diversidade, abranger todos os estados e um público de diversas faixas etárias. Porém,



sintomaticamente, a revista se chama Júnior, assumindo indiretamente a infantilização do segmento que procura atingir.

A infantilização é um processo que tem atingido as mulheres ao longo da história do ocidente moderno. É sintomático que em uma revista voltada para homens “gays” se verifique isso também.

A crítica que muitos leitores e ex leitores fazem é de que a revista, dessa forma, se direciona para o ramo do entretenimento, ficando cada vez mais distante de um conteúdo político, o que fugiria do proposto no editorial de número 1, no qual Fischer promete “fazer pensar e entreter”.

Instiga-nos, neste sentido a reportagem intitulada “Levou, tomou!”, da edição de número 28, na coluna “Bem estar”. Ali são ensinadas técnicas de defesa pessoal para os leitores.

Vivemos em um mundo onde o gay está exposto. A busca frenética por igualdade, direitos e a luta pela legalização do casamento, da adoção e da penalização dos crimes de preconceito contra o homossexual o colocam em maior evidência. Toda luta tem seus prós e contras. Á medida que os gays estão nas ruas, na mídia e na política, lutando por espaço e aceitação, se colocam também em zona de perigo, ficando vulneráveis a grupos homo fóbicos de plantão.

A discussão que poderia ser levada pelo engajamento na luta contra a homofobia, apresentando, por exemplo, a demanda pela criminalização do preconceito contra homossexuais e apresentando os atores políticos desse embate, se transforma em uma seção de “atividade física”, ao invés de cívica.

Para a próxima edição... considerações preliminares

A revista tem uma diagramação leve, que incita a leitura e garante a boa legibilidade. Não existe um padrão, o que não gera um hábito no leitor. A marca da revistas aparece em cores diferentes na capa, o conteúdo é repleto por uma profusão de cores, e a liberdade de escrever dos repórteres é perceptível. Há um uso muito maior de gírias do que normalmente há em revistas de outros segmentos, como se verifica na reportagem da edição de número 37, na Seção de Turismo, presente em quase todas as edições e que nessa trata especificamente de La Paz, na Bolívia, onde o repórter salienta que “nem precisa se preocupar tanto com o modelão, porque você será o mais bonito em qualquer lugar que vá”.



No que tange ao discurso, mesmo com a pesquisa em andamento, foi possível verificar que, muitas vezes, reitera concepções hegemônicas e tradicionais, de forma a normatizar as relações. Na edição de número 28 vimos um caso muito claro disso, na seção “Família”, na matéria intitulada “Cenas de casamento”. Nela, a revista mostra três casais que, depois de anos de relacionamento, resolveram se casar na igreja, nas chamadas igrejas simpatizantes. Ou seja, o homossexual também quer se casar e construir uma família, assim como ocorre com os casais heterossexuais. No entanto, em outros momentos a revista também aproxima a visão do rapaz gay como promíscuo.

O número de patrocinados e a visibilidade editorial aumentou bastante desde o surgimento da revista. No entanto, o mercado ainda tem muito a crescer. Dessa forma, considero que repetir monossilabicamente que a revista *Junior* é uma *Capicho* gay é uma expressão perjorativa (nada contra a *Capricho*), no entanto, a revista veio com um objetivo, propostas e obstáculos, como qualquer outras revista, porém, agravados por não estar inserida na heteronormatividade, lutando por visibilidade todos os dias. E como se sabe, as mudanças são graduais, e já ocorreram nesse pouco tempo de vida da revista (de conteúdo e editorial), visto que as identificações não seriam nunca completamente feitas e sim “incessantemente reconstruídas”, e é esse, a nosso ver, o principal desafio da *Júnior*.

Bibliografia

AZEVEDO, Flávia A. O. Uma leitura queer da revista *Júnior* - Monografia apresentada ao curso de Ciências Sociais, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Universidade Federal de São Carlos. 2010.

BARCELLOS, Cláudia. 2000. “Comunicação e mediações culturais”. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. XXIII, nº 1, janeiro/junho.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. 2002. “As relações de gênero nos estudos de recepção: notas sobre metodologias de pesquisa e suas repercussões teóricas. Trabalho apresentado durante XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM – Salvador/BA.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. 2005. “Estudos culturais: as margens de um programa de pesquisa”. XIV COMPÓS: Niterói/RJ.



FACCHINI, R. Sopa de Letrinhas? Movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 90. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

FEITOSA, Ricardo Augusto de Sabóia. „We“ re queer” (¿): representações de gênero nos editoriais da revista Junior. In: Fazendo gênero 9. Santa Catarina, 2010.

FERNANDES, Millôr (1987). “Imprensa Alternativa & Literatura - os Anos de Resistência”. Centro de Imprensa Alternativa e Cultura Popular, Rio de Janeiro: RioArte.

FRANÇA, Isadora L. Consumindo lugares, consumindo nos lugares: homossexualidade, consumo e subjetividades na cidade de São Paulo. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, da Universidade Estadual de Campinas. 2010.

KUCINSKI, Bernardo. Jornalistas e revolucionários da imprensa brasileira. São Paulo: Escrita Editorial, 1991.

LIMA, Marcus. De alternativa a grande mídia: historiografia resumida da imprensa homossexual no Brasil. Trabalho apresentado ao GT 09 História da mídia alternativa, do V Congresso Nacional de História da Mídia, Facasper e Ciee, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.redealcar.jornalismo.ufsc.br/resumos/R0209-1.pdf>>. Acesso em 11 maio 2009.

LOURO, GUACIRA LOPES. 2001. “Teoria Queer: uma política pós-identitária para a educação”. Revista Estudos Feministas, vol.9, no.2, p.541-553.

LOYOLA, Maria Andréa. 1998. “Sexo e Sexualidade na Antropologia”. In LOYOLA M. A (org) A Sexualidade nas Ciências Humanas. Rio de Janeiro: Ed. UERJ.

MARCONDES FILHO, Ciro. 2008. “Martín-Barbero, Canclini, Orozco. Os impasses de uma teoria da comunicação latino-americana”. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 35, abril – quadrimestral.

MARTIN-BARBERO, Jesús. 2002. “América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social”. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense.



MISKOLCI, Richard. 2007a. “Comentário sobre A Epistemologia do Armário”. cadernos pagu. Campinas, Núcleo de Estudos de Gênero Pagu UNICAMP, n.28 , pp. 56-63.

MIRA, Maria Celeste. "O leitor e a banca de revistas". São Paulo: Olho D'água, 2001.

PELUCIO, Larissa . É o que tem pra hoje - os limites das categorias classificatórias e as possíveis novas subjetividades travestis. In: COLING, Leandro. (Org.). Stonewall 40+ o que no Brasil?. 1 ed. Salvador, SP: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2011, v. 1, p. 111-136.

SEDWICK, Eve. “How to bring your kids up gay”, 1993.

SIMÕES, Júlio Assis; FACCHINI, Regina. Na trilha do arco-íris: do movimento homossexual ao LGBT. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2009