

ENTRE AUSÊNCIAS E DESCOBERTAS: CONSUMO MIDIÁTICO E A RELAÇÃO COM AS TRANSMASCULINIDADES NEGRAS

*BETWEEN ABSENCES AND DISCOVERIES: MEDIA CONSUMPTION AND BLACK
TRANSMASCULINITIES*

*ENTRE AUSENCIAS Y DESCUBRIMIENTOS: CONSUMO MEDIÁTICO Y LA RELACIÓN
CON LAS TRANSMASCULINIDADES NEGRAS*

Gabriel Escobar da Silva
Laura Wottrich¹

Resumo

Ao reconhecer a importante relação entre a mídia e a comunidade transmasculina negra, esse artigo busca compreender como o consumo midiático se relaciona com a construção dessas transmasculinidades. A partir de uma perspectiva interseccional que articula raça e gênero, a pesquisa se baseia em entrevistas em profundidade com quatro pessoas negras transmasculinas de diferentes regiões do Brasil. Os resultados apontam que o consumo midiático — principalmente nas redes sociais digitais — não é voltado diretamente à busca por conteúdos sobre transmasculinidades, mas se manifesta como uma prática cotidiana atravessada por questões de identificação, representatividade e crítica à normatividade. A mídia, nesse contexto, aparece como espaço ambivalente: tanto de apagamento quanto de descoberta, permitindo que essas pessoas construam masculinidades que rompam com o padrão hegemônico, ainda que convivam com suas contradições.

Palavras-chave: consumo midiático; transmasculinidades negras; interseccionalidade; gênero.

Abstract

By recognizing the important relationship between media and the Black transmasculine community, this article seeks to understand how media consumption relates to the construction of these transmasculinities. From an intersectional perspective that articulates race and gender, the research is based on in-depth interviews with four Black transmasculine individuals from different regions of Brazil. The results indicate that media consumption, especially on digital social media, is not directly aimed at seeking content about transmasculinities, but rather manifests as an everyday practice shaped by identification, representation, and critique of normativity. In this context, media appears to be an ambivalent space: both a site of erasure and of discovery, allowing these individuals to construct masculinities that break with hegemonic standards, even as they navigate its contradictions.

Keywords: media consumption; black transmasculinities; intersectionality; gender.

Resumen

Al reconocer la importante relación entre los medios de comunicación y la comunidad transmasculina negra, este artículo busca comprender cómo el consumo mediático se relaciona con la construcción de estas transmasculinidades. Desde una perspectiva interseccional que articula raza y género, la investigación se basa en entrevistas en profundidad con cuatro personas negras transmasculinas de diferentes regiones de Brasil. Los resultados señalan que el consumo mediático —principalmente en las redes sociales digitales— no está orientado directamente a la búsqueda de contenidos sobre transmasculinidades, sino que se manifiesta como una práctica cotidiana atravesada por cuestiones de identificación, representatividad y crítica a la normatividad. Los medios, en este contexto, aparecen como un espacio ambivalente: tanto de invisibilización como de descubrimiento, permitiendo que estas personas construyan masculinidades que rompen con el patrón hegemónico, aunque convivan con sus contradicciones.

Palabras clave: consumo mediático; transmasculinidades negras; interseccionalidad; género.

¹ Publicitária, Doutora em Comunicação, Pesquisadora do POSCOM/UFSM e PPGCOM/UFRGS.

1 Introdução

A comunicação, enquanto campo de conhecimento e prática social, exerce papel fundamental na produção, circulação e disputa de sentidos sobre identidades, corpos e modos de existir. Por meio dela, é possível construir e contestar narrativas que moldam o imaginário coletivo e, conseqüentemente, as possibilidades de reconhecimento social. Por isso o campo de estudos da comunicação tem papel fundamental para que seja possível compreender como a mídia está participando nessa perspectiva da vida das pessoas.

No entanto, uma perspectiva identitária que tem se apropriado da mídia como referência para se encontrar e buscar seus pares (Almeida, 2012) é pouco mencionada e pesquisada em trabalhos acadêmicos, a de pessoas trans. Em uma busca para encontrar estudos sobre a comunidade trans, mais especificamente a comunidade transmasculina, identificamos que foram poucos os trabalhos que se debruçaram sobre essas vivências. Fazendo o recorte com raça, o número se torna ainda menor. Na realidade, essa comunidade tem sido pouco pesquisada de uma forma geral. De acordo com o jornalista e doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia, Ferreira (2022), até o ano de sua pesquisa, foram encontrados apenas oito artigos que discutiam sobre a masculinidade de homens trans e esses eram da Psicologia, Educação e Antropologia. Essa ausência teórica, além de invisibilizar sujeitos, limita o campo comunicacional na missão de entender como a Comunicação está se relacionando com essa comunidade.

Assim, este artigo busca compreender a relação do consumo midiático com a construção de transmasculinidades negras². Para isso, foram realizadas entrevistas semiabertas (Duarte, 2005) com quatro pessoas negras e trans. São eles: Bernardo, que tem 29 anos e é um transmasculino gaúcho de Porto Alegre, ele iniciou seu processo de transição três anos atrás; Rafael é de Belém do Pará, tem 31 anos e há mais de dez anos se identifica como um homem trans; Caio, de 26 anos, é carioca e começou sua transição há mais ou menos sete anos; Diego - nosso entrevistado que pediu anonimato, dessa forma demos esse nome fictício a ele - é paulista, tem 29 anos e é uma pessoa transmasculina que iniciou sua transição por volta de 2020.

É importante salientar que nesse texto, mobilizamos a primeira pessoa do plural intencionalmente, dado que o primeiro autor deste texto entende o seu lugar de fala como articulador das problematizações empreendidas na pesquisa. O primeiro autor, como homem negro e trans, de forma alguma procura assumir o lugar abstrato de sujeito universal, já que,

² O presente artigo é um recorte da pesquisa realizada para o Trabalho de Conclusão de Curso realizado para o Curso de Jornalismo da UFSM, intitulado "As Transmasculinidades de Jovens Negros e a Relação com o Consumo Midiático".

antes de ser um pesquisador e profissional de comunicação, é atravessado pelas questões estudadas aqui.

Entender-se enquanto uma pessoa trans é, na maioria das vezes, contrariar o que nossa criação e a sociedade dizem sobre o modo que devemos ser e como devemos agir. Nessa busca por se reconhecer e compreender que lugar ocupamos na sociedade, somos atravessados por diversas referências e inspirações que nos acompanham no processo de identificar quem somos.

Ao tratar das identidades transmasculinas, seja ela homens trans ou transmasculinos, estamos falando de pessoas que, ao nascerem, foram identificadas como pertencentes ao gênero feminino de acordo com seu sexo, porém, na verdade, entendem-se como homens ou como não pertencentes a esse ser feminino. A criação e a forma como essas pessoas foram socializadas estão vinculadas ao que a sociedade percebe e define como feminilidade, em outras palavras, elas foram criadas “para serem mulheres”. Dessa forma, ao transicionarem, é preciso descobrir como irão representar seu gênero perante a sociedade.

Aqui vale ressaltar a diferença entre as identidades de homens trans e transmasculinos. As duas referem-se a pessoas que, ao nascerem, foram vinculadas ao gênero feminino, mas não se identificam como tal. O que difere os dois é que homens trans estão localizados em uma lógica binária - homem e mulher - enquanto transmasculinos se aproximam da masculinidade, mas não necessariamente se identificam como homens.

No processo de crescer, é natural que nossas inspirações sejam em nossos pais ou pessoas mais próximas, assim como é comum referenciar na personalidade o que vemos na mídia. Seja com filmes, séries, artistas ou personalidades das redes sociais, a repercussão da cultura midiática é inegável na vida de quem está consumindo-a. Para Toaldo e Jacks (2013), por meio do consumo midiático, podemos compreender como usufruímos o que estamos consumindo e como isso interfere na forma como enxergamos a sociedade.

A masculinidade é inserida neste trabalho pois estamos tratando de pessoas que foram criadas para serem subalternas ao masculino, mas que na realidade se identificam com uma identidade masculina - talvez não a mesma que os oprime, mas, ainda assim, masculina. Sendo assim, é importante entender como essa masculinidade está presente na vida desses transmasculinos. De acordo com Connell e Messerschmidt, “ela [masculinidade] incorpora a forma mais honrada de ser um homem, ela exige que todos os outros homens se posicionem em relação a ela” (2013, p. 245). Dessa forma, as diferentes práticas sociais de representar as masculinidades podem se tornar práticas reproduzidas por homens trans e pessoas transmasculinas, ao mesmo passo que dão oportunidade para que essas pessoas construam novas formas de masculinidade (Ferreira, 2021).

A questão de gênero também está presente no trabalho, pois ao tratar de identidades trans é preciso discutir o que é e como a sociedade enxerga e vivencia o conceito de gênero. Para Butler (2003), gênero é baseado em práticas discursivas e performativas que devem ser cumpridas para que você atenda ao que deve ser visto como o papel de homem ou mulher. Assim, pessoas trans - bem como pessoas cis - buscam referências para afirmar e construir sua identidade de gênero que, de acordo com a sociedade, vai ao contrário de seu sexo.

Já a questão de raça está posta nessa pesquisa, pois o homem negro, independente de cis ou trans, ocupa uma posição diferente do homem branco. De acordo com a segunda edição do relatório *Violência Armada e Racismo*, estudo do Instituto Sou da Paz, a taxa de homicídios por 100 mil habitantes negros em 2020 no Brasil foi de 51, número quase quatro vezes maior do que a de homens não negros (14,6).

Fernanda Carrera (2021) argumenta que, ao adotarmos o conceito de interseccionalidade, podemos perceber que as opressões vividas pelas pessoas, nesse caso especificamente homens trans, não ocorrem de maneira isolada, mas sim como uma combinação dessas diversas estruturas. Nesse sentido, não é possível discutir a transgeneridade dessas pessoas sem considerar o recorte racial, pois, ao contrário dos homens trans brancos, os homens negros enfrentam questões adicionais que também precisam ser analisadas, já que fazem parte de sua identidade e repercutem em sua vivência com a transgeneridade. Ao transicionar, além de afirmar seu gênero diante da sociedade, essas pessoas precisam lidar com as novas formas de racismo que impactam suas vidas.

Essas discussões levaram esse trabalho a buscar compreender como as práticas de consumo midiático de transmasculinos negros se relacionam com a construção de suas transmasculinidades. Pesquisas como essa são importantes para a comunicação, pois cada vez mais estamos vendo como a temática trans tenta ter espaço na mídia, como produções audiovisuais trazendo esse assunto e deputadas trans ganhando mais espaços em veículos jornalísticos e programas de TV. Além do mais, a mídia tem ganhado um papel importante nesse processo de transição. De acordo com Almeida (2012), muitos homens trans constroem sua autoidentificação a partir de trocas em ambientes digitais, como blogs, redes sociais e fóruns, onde encontram pares e referências.

2 Percurso metodológico

Como já foi mencionado, foram realizadas cinco entrevistas individuais em profundidade (Duarte, 2005). De acordo com Duarte, essa metodologia tem como técnica

explorar um tema com a “busca por informações, percepções e experiências de informante para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” (Duarte, 2005, p. 62).

No entanto, antes da busca pelos entrevistados e a realização das entrevistas, foi feita uma pesquisa bibliográfica de estudos e trabalhos que abordam gênero, transmasculinidades, masculinidades e negritude. Como entendido por Stumpf (2005), a pesquisa bibliográfica é um instrumento importante para embasar a temática que será estudada. Com as leituras realizadas, foi possível compreender de forma mais profunda os assuntos mencionados, realizar a discussão sobre a identidade de homens negros trans e suas transmasculinidades, além de compreender o que é o consumo midiático e como ele se relaciona com a construção de identidades.

Para a escolha dos entrevistados, foram pesquisados perfis de homens trans e transmasculinos nas redes sociais. Os perfis filtrados eram de diferentes regiões do Brasil e representavam diferentes transmasculinidades. Essa busca foi efetuada pelo Instagram por perfis já conhecidos pelo pesquisador. Após o primeiro contato, foi encaminhado para cada entrevistado um formulário de pesquisa exploratória, tornando possível conhecer um pouco do que cada um consumia na mídia. Assim, as entrevistas foram semiestruturadas de acordo com o que foi encontrado na pesquisa bibliográfica, para que as perguntas tivessem uma base teórica. Também foram elaboradas de forma individual - para cada entrevistado - contendo perguntas específicas para cada um de acordo com o resultado das respostas no formulário. As entrevistas ocorreram em agosto e setembro de 2024³.

3 Consumo e construção de identidade

É preciso compreender como o consumo midiático pode estar relacionado à construção de uma identidade. Porém, antes de partirmos para essa discussão, é necessário compreender de fato o que é esse conceito. O consumo é naturalmente ligado a satisfazer necessidades e desejos pelo poder de compra e aquisição. No entanto, o conceito de consumo ultrapassa esse entendimento, agregando também os aspectos simbólicos inerentes à apropriação e uso dos produtos na configuração das identidades (Canclini, 1997).

Segundo Canclini (1997), o consumo não se limita à satisfação de necessidades materiais, mas envolve processos simbólicos, culturais e identitários, nos quais os produtos assumem significados que ultrapassam sua função prática. Com ele, produtos transcendem sua

³ As entrevistas não passaram pelo comitê de ética, os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

utilidade básica e se transformam em símbolos, ferramentas de identidade e elementos que moldam nossa relação com o mundo.

Uma forma de consumo é o consumo cultural. De acordo com Schmitz (2015), é possível reconhecer que todo consumo é cultural, já que possuir algo vai muito além da posse em si. Por isso, para a autora, a diferença de consumo e consumo cultural não faria tanto sentido. Segundo Wottrich (2019, p. 24), “um estudo de consumo cultural centraria suas preocupações em investigar, então, como se dá essa experiência das pessoas na sua relação com museus, teatros, exposições e demais ofertas culturais”. Nessa linha, Toaldo e Jacks entendem que, a partir do consumo cultural, surge o consumo midiático. “Os estudos sobre consumo cultural tendem a abordar uma ampla variedade de relações dos consumidores com a oferta cultural a que têm acesso, o que incluiria os meios de comunicação” (2013, p. 9).

Ao falar de consumo midiático, buscamos compreender o que os indivíduos estão consumindo e como se apropriam desse consumo em seu cotidiano (Almeida, 2023). Nesse sentido, esta pesquisa adota o conceito de consumo midiático para compreender a relação da mídia com a construção das transmasculinidades negras. Afinal, como já dito, muitos homens trans e pessoas transmasculinas recorrem à mídia em busca de encontrar outros homens trans e até mesmo referências das masculinidades que poderão construir e representar.

4 Construindo identidades por meio da mídia

Seja trans ou não, o conceito de identidade perpassa as pautas de gêneros e carrega consigo outras diversas intersecções. Quando a globalização ainda não era um horizonte sólido, era comum o pensamento de que existiam identidades fixas que não poderiam, ou deveriam, ser mudadas (Hall, 2006). De acordo com Hall, na sociedade moderna, as identidades começaram a trazer mudanças e, assim, contrariar o que já estava estabelecido. Segundo Hall, “A identidade torna-se uma 'celebração móvel': formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (2006, p. 13).

Seguindo essa linha de pensamento, é possível compreender que identidade é algo que vai sendo construído ao longo da vida, não nascemos com ela já estabelecida no consciente, mas vamos conhecendo e reconhecendo novas e diferentes formas de nos identificarmos. Aqui podemos compreender como as identidades funcionam em relação ao gênero. Como já é conhecido por Butler (2003), gênero é algo construído, logo, as identidades que advêm dele também são.

A autora compreende que as representações de gênero não são algo que internalizamos, mas sim algo que está vinculado aos nossos comportamentos e assim podemos ser incluídos na sociedade. Além do mais, essa performatividade necessita que o gênero esteja ligado a outros mecanismos que formam a realidade (Butler, 2003). De acordo com ela, o gênero, assim como o conceito de identidade, para Hall, não deve ser estabelecido como algo estável e fixo, “o gênero é uma identidade tenuemente constituída no tempo, instituída em um espaço externo por meio de uma repetição estilizada de atos” (Butler, 2003, p. 200).

Dessa forma, seja para pessoas cis ou trans, o modo de performar as identidades de gênero, apesar da hegemonia, não é fixo e está em constante mudança de acordo com o contexto em que se está inserido. As identidades de pessoas trans, e suas formas de representá-las, ainda estão em construção, do mesmo modo que as identidades de pessoas cisgêneras. Há 50 anos, a identidade feminina era representada de uma forma que hoje é questionada e, em muitos casos, até mesmo contrariada por mulheres.

Por isso, Hall (2006) entende que não podemos tratar a respeito da identidade como um assunto encerrado, mas como algo que está em desenvolvimento. Ele apresenta que, em tempos de globalização, em que a mídia intervém diretamente na vida das pessoas, se torna mais fácil que as identidades se libertem de histórias e tradições. O contato com culturas e vivências que não fazem parte do nosso meio social permitiu que construíssemos novas possibilidades de identidades que possam, inclusive, encontrar pontos em comum com pessoas distantes.

Sendo assim, com o que consomem na mídia, esses transmasculinos e homens trans negros têm a possibilidade de construir suas transmasculinidades:

Os mesmos objetos, bens e serviços que matam nossa fome, nos abrigam do tempo, saciam nossa sede, entre outras “necessidades” físicas e biológicas, são consumidos no sentido de “esgotamento”, e utilizados também para mediar nossas relações sociais, nos conferir status, “construir” identidades e estabelecer fronteiras entre grupos e pessoas (Barbosa; Campbell, 2006, p. 22).

Consumir o que a mídia oferece, principalmente nesse contexto de globalização em que temos acesso a diversas culturas, permite que possamos conhecer novas identidades e novas formas de representá-las.

5 Gênero e masculinidade

Esgotar a discussão de gênero em apenas ser uma representação do sexo na sociedade ignora todas as questões que envolvem esses papéis, além, é claro, de excluir completamente identidades trans. Não cabe aqui revisitar todos os estudos e significados que constroem o debate

a respeito desse termo, nem tampouco cabe a esta pesquisa definir um conceito unívoco para ele. Mas sim compreender o que existe além do gênero ligado ao sexo e como e onde estão as identidades trans e cis. Afinal, nós, enquanto pessoas trans, precisamos recorrer a estudos sobre a norma já colocados para que possamos construir nossos relatos e discutir nossas questões.

Foi pelos estudos feministas que o termo gênero começou a ser discutido de forma mais profunda. Em diferentes vertentes e com diferentes conceitos, são as feministas que apresentam esse tema para que as questões a respeito das mulheres também pudessem ser vistas e compreendidas, além de conseguir aprofundar os estudos sobre as desigualdades entre mulheres e homens. Assim, o conceito de gênero passa por diversas áreas e é discutido por diversos autores e autoras, tornando-se algo mais complexo do que apenas gênero como a representação do sexo.

Essa pesquisa baseia-se nos estudos de Judith Butler para - tentar - conceituar o que é gênero. A autora faz a diferenciação entre gênero e sexo:

Concebida originalmente para questionar a formulação de que a biologia é o destino, a distinção entre sexo e gênero atende à tese de que, por mais que o sexo pareça intratável em termos biológicos, o gênero é culturalmente construído: conseqüentemente, não é nem o resultado causal do sexo, nem tampouco tão aparentemente fixo (Butler, 2003, p. 24)

É por meio do que entendemos como gênero que construímos as identidades que são representadas por ele. Por meio das identidades de gênero, reconhecemos uma pessoa como pertencente ao masculino ou feminino. São elas, construídas a partir do que é entendido como mulher ou homem, que, para alguns, representam o que antes foi definido como sexo. O objetivo dessas identidades é justamente representar esses conceitos.

No entanto, de acordo com Preciado (2018, p.38), não é mais suficiente apenas entender e revelar a natureza de fato, é preciso “explicitar os processos culturais, políticos e tecnológicos por meio dos quais o corpo, enquanto artefato, adquire um status natural”. Portanto, no contexto que vivemos, já ultrapassamos a fase das discussões ficarem entre sexo natural e construção de gênero, é preciso discutir quais mecanismos são utilizados para que esse natural ainda esteja tão enraizado nos corpos.

Na linha de compreender a transgeneridade, ouvimos falas como “pessoas trans são pessoas que nasceram em um corpo errado”, seguindo o raciocínio de que o gênero com o qual se identifica não representa seu sexo. É nesse aspecto que identidades trans são negadas e invalidadas, afinal “não correspondem ao natural”. Porém, o próprio natural foi construído e estabelecido socialmente (Butler, 2003), logo, o que vem em sequência são representações para continuar com esse discurso.

Por isso, é importante compreender que ser trans não tem nenhuma ligação com sexualidade e/ou orientação sexual. As questões, conceitos e significados vinculados à transgeneridade estão diretamente relacionados às questões de gênero, as quais atravessam a própria ideia prévia de um sexo biológico instituído. De acordo com Ferreira (2021), os estudos relacionados à transgeneridade se aproximam do que é abordado pelas feministas que contestam a subordinação do gênero, porém as questões trans trazem muito mais do que apenas o binarismo entre gêneros.

Dentro do guarda-chuva da transgeneridade, são várias as identidades de gênero que transitam esse determinismo binário do feminino e masculino - ou que fogem completamente deles. Nosso ponto diz respeito à identidade de homens trans e pessoas transmasculinas. De acordo com Almeida (2012), comparada com a identidade de mulheres trans, a de homens trans surge um pouco mais tarde na sociedade. Esses são fatores que atravessam a discussão a respeito da masculinidade de homens trans, afinal, não é possível discutir sobre algo que não é falado. A transição e a vivência dessas pessoas, na maioria das vezes, fazem com que o debate a respeito da masculinidade cis não contemple esses homens.

Em primeiro lugar, porque a masculinidade hegemônica não beneficia transgêneros, muito pelo contrário, já que, por mais que suas representações do masculino cheguem muito próximas de homens cisgêneros, a transfobia sempre estará presente. Em segundo lugar, porque esses homens não foram criados para representar qualquer masculinidade. Segundo Connell e Messerschmidt (2013, p. 258) “Uma pessoa não é livre para adotar qualquer posição de gênero em interação, simplesmente como um movimento discursivo ou reflexivo”. Esses homens trans enfrentam barreiras que os impedem de usufruir dessa masculinidade devido a questões físicas ligadas ao seu corpo, normas sociais, desafios econômicos e suas relações interpessoais.

Só são beneficiados pela masculinidade quem a sociedade identifica e afirma ser homem, ou seja, homens cisgêneros, afirmação essa baseada no conceito do sexo. Apesar de ser idealizada para homens cis, a masculinidade hegemônica não é consenso entre os cisgêneros, visto que existem diversas representações masculinas. No entanto, o importante a ser destacado é que, apesar de não ser representada por todos da mesma forma, a masculinidade hegemônica é uma norma da sociedade e tem um papel a ser cumprido.

A masculinidade hegemônica não se assumiu normal num sentido estatístico; apenas uma minoria dos homens talvez a adote. Mas certamente ela é normativa. Ela incorpora a forma mais honrada de ser um homem, ela exige que todos os outros homens se posicionem em relação a ela e legitima ideologicamente a subordinação global das mulheres aos homens (Connell; Messerschmidt, 2013, p. 245).

Assim, o sistema que coloca mulheres como subalternas aos homens depende da representação do masculino, que nem sempre é adotada por todos os homens, mas que precisa influenciar a vida deles de alguma forma, para que possam manter e resguardar seu lugar de poder socialmente. De acordo com Connell e Messerschmidt (2013), essa masculinidade é representada por um “padrão de práticas” que possibilita a hierarquização entre homens e mulheres.

Apesar das diferentes masculinidades existentes, a masculinidade como norma é responsável por reconhecer e validar corpos, e esses ganharão privilégio e um local de poder na sociedade que só poderá ser ocupado por quem faz parte dessa hegemonia. Por mais que homens trans se esforcem para representar o que é cobrado do ser masculino, portanto, representam sua identidade de gênero conforme dito pela sociedade, são descartados dessa comunidade ao serem descobertos por não terem nascido com o sexo que pertence a esse grupo e, assim, deixam de ser considerados homens.

É nesse contexto que as transmasculinidades surgem, algumas mais próximas da norma, outras que fogem completamente dela. É comum que homens trans recorram às práticas aceitas pela masculinidade hegemônica para validar seu gênero e, assim, serem reconhecidos e respeitados como homens. “A pesquisa empírica com homens trans no Brasil vai constatar que parte dos sujeitos transmasculinos calcam suas identidades na busca e no benefício dos privilégios das masculinidades hegemônicas” (Ferreira, 2021, p. 131). Porém, as transmasculinidades não se limitam apenas à construção da masculinidade baseada na hegemonia. Corpos trans possuem vivências do outro gênero, logo, fica por conta do processo de transição construir a forma como aquela identidade será representada, nesse caso, a identidade de homem.

Como mencionado, homens cisgêneros também têm a possibilidade de construir novas masculinidades, mas ainda assim serão abraçados pela masculinidade hegemônica e os privilégios que ela traz, pois são reconhecidos por e para ela. Essa não é a situação de homens trans, pelo contrário, eles foram criados para servir a essa masculinidade, para representar o contrário do que é entendido como masculino.

6 Transmasculinidade e raça

Articular a perspectiva transmasculina com a perspectiva racial é um movimento necessário em nosso contexto de pesquisa, considerando que os diferentes eixos de opressão (ou de privilégio) atuam de forma distinta nas vivências dos sujeitos. Por isso, nos debruçamos brevemente sobre o conceito de interseccionalidade.

De acordo com Akotirene (2019, p. 47), “a interseccionalidade nos permite partir da avenida estruturada pelo racismo, capitalismo e cisheteropatriarcado, em seus múltiplos trânsitos, para revelar quais são as pessoas realmente acidentadas pela matriz de opressões”. É por meio desse conceito que conseguimos identificar e analisar as avenidas identitárias (Akotirene, 2019) de cada pessoa e em que posição são colocadas na sociedade.

Fernanda Carrera afirma que “a ideia de interseccionalidade, de fato, propõe um olhar para além da diferença, mas para o que fundamenta, a partir da diferença, a opressão” (Carrera, 2021, p. 5). Por isso, essa pesquisa não busca tratar apenas da masculinidade de homens trans, mas sim interseccionalizar a construção dessas masculinidades com as questões de raça. Afinal, as posições e vivências que homens negros trans irão ocupar se diferenciam comparados a homens brancos trans.

Ferreira (2021), em seu estudo, percebe que, se não tivesse analisado as vivências transmasculinas pela interseccionalidade, não iria perceber como transmasculinos brancos não sofrem as violências e exclusão que os não brancos sofrem, “a interseccionalidade da raça para homens trans os expõe, a maior ou menor risco, de ter que lidar com alguma forma de violência transfóbica” (Ferreira, 2021, p. 134).

As questões de gênero e raça para homens trans negros levam essa população a sofrer dois tipos de violência e ser colocada em ambas as camadas de desigualdade. De acordo com Santana:

A maneira como o homem negro trans vivencia a sua transmasculinidade é diferente, enquanto homem negro trans e pobre, por exemplo, tenho especificidades que outros homens brancos trans não têm. Embora ambos soframos em algum momento o machismo, a misoginia e a transfobia, o homem branco trans não vivenciará o racismo, ele não irá experimentar ou perceber a sua passibilidade cis porque alguém o olhou como um potencial assaltante ou a polícia o parou em determinado contexto (Santana, 2019, p. 99).

Ao transicionar, nós herdamos essa imagem estereotipada dos homens negros e começamos a ter que lidar com as violências que homens negros cis lidam diariamente. De acordo com o anuário do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), divulgado em 2023, o número de negros encarcerados no Brasil em 2022 foi de 442.033, representando 68,2% do total de pessoas presas, o maior percentual já registrado. Em 2021, essa proporção era de 67,5%⁸. De acordo com Munanga (2004, p. 5):

Os indivíduos da raça “branca”, foram decretados coletivamente superiores aos da raça “negra” e “amarela”, em função de suas características físicas hereditárias, tais como a cor clara da pele, o formato do crânio (dolicocefalia), a forma dos lábios, do nariz, do queixo, etc. que segundo pensavam, os tornam mais bonitos, mais

inteligentes, mais honestos, mais inventivos, etc. e conseqüentemente mais aptos para dirigir e dominar as outras raças, principalmente a negra mais escura de todas e conseqüentemente considerada como a mais estúpida, mais emocional, menos honesta, menos inteligente e portanto a mais sujeita à escravidão e a todas as formas de dominação.

Assim, desde que a raça começou a ser um conceito para diferenciar e hierarquizar os seres humanos, a imagem de pessoas negras começa a ser vinculada a tudo que representa o “ruim” na humanidade. A raça surge como base para fortalecer o racismo e esse serve como mecanismo para fortalecer um sistema criado para beneficiar a branquitude.

Dessa forma, o racismo se apodera de diferentes ferramentas para que a classe dominante continue sendo composta apenas por pessoas brancas. Desde “piadas” a um julgamento no tribunal, o racismo circula entre as sociedades para manter um sistema em que qualquer pessoa não branca esteja em submissão. De acordo com Almeida (2019), o racismo “se manifesta por meio de práticas conscientes ou inconscientes que culminam em desvantagens ou privilégios para indivíduos, a depender do grupo racial ao qual pertençam” (Almeida, 2019, p. 32).

O racismo está na estrutura da sociedade há tanto tempo que já é tido como natural, muitas vezes se tornando algo imperceptível, inclusive para pessoas negras. Por isso, é importante compreender que a sociedade tem o racismo como base, só assim é possível entender como esse mecanismo afeta a população negra. Enquanto é criada a imagem do homem branco como o inteligente, o mais belo, aquele que deve pertencer a cargos de poder, a construção da imagem do homem negro é o oposto disso. O homem negro é visto como bruto, grosseiro, desprovido de inteligência, aquele que serve apenas para serviços braçais e relações sexuais, incapaz de ter sentimentos e, assim, incapaz de ser considerado parte da sociedade (Wilderson III, 2021).

Assim, nem a masculinidade de homens cis negros faz parte da masculinidade que beneficia os homens. Bell Hooks (2022) entende que essa masculinidade que abraça homens brancos não é a mesma que irá abraçar homens negros e que esses, por mais ilusório que pareça, não poderão se aproveitar dos privilégios desencadeados por esse ser masculino. Portanto, homens negros, até mesmo os cisheteros, também constroem masculinidades, que apesar de chegar muito próxima da cisheteronormatividade, ainda não se apropriam dos benefícios gerados por ela.

Por isso, o racismo também atravessa a forma como homens trans e pessoas transmasculinas negras irão construir e representar sua masculinidade. Para além da transição de gênero e todas as questões trazidas por ela, a negritude dessa população faz com que o racismo caminhe muitas vezes de mãos dadas com a transfobia.

Apresentadas essas questões conceituais em torno dos marcadores interseccionais que atravessam nosso contexto de pesquisa, nos interessa discutir de que modo os entrevistados constroem suas transmasculinidades negras pelo consumo midiático. Para isso, na próxima seção, apresentamos a sistematização dos resultados das entrevistas.

7 Resultados

O consumo midiático dos jovens entrevistados para esta pesquisa é realizado, majoritariamente, na Internet, principalmente nas redes sociais digitais. A respeito disso, foi unânime entre os entrevistados o consumo de internet por mais de cinco horas diárias, pelo celular. Além disso, todos eles apontaram as redes que mais consomem, entre elas o Instagram, YouTube e WhatsApp. Diego também apontou o TikTok.

Independente dos conteúdos que os entrevistados indicaram que consomem, todos eles mostram como isso se relaciona com a construção de suas identidades, de alguma forma, como vimos na teoria com Almeida (2023), que entende como o que se consome na mídia está relacionado com nossa forma de construir uma identidade. Um dos entrevistados, Rafael, aponta para o fato de as mídias alternativas encontradas na Internet serem uma possibilidade de encontrar conteúdos que nas mídias tradicionais não são apresentados.

Esse aspecto também fica evidente nos conteúdos que nossos entrevistados apontam como favoritos e mais consumidos. Apesar da diferença entre eles, a busca por conteúdos se relaciona com suas personalidades e seu dia a dia. Diego menciona a procura por conteúdos de proteção animal, pois acaba fazendo o papel de “cuidador de bichinhos” na sua rua. Bernardo diz que busca mais por conteúdos de entretenimento no YouTube, mas utiliza as outras redes para buscar referências para seu trabalho. Rafael conta que, para além dos conteúdos de todas as pautas de ativismo, também busca por referências de artistas negros, seja de fotografia ou pintura, pois, como vai ser professor, precisa ter essa bagagem. Caio, além da busca por inspirações de estilo na moda, também busca por indicações de algumas coisas - comida, viagem, série, filme etc.

No quesito de referências na mídia, os entrevistados indicaram alguns perfis. Mesmo que eles não usassem a palavra referência para se referir a suas indicações, os motivos pelos quais faziam seguir esses conteúdos eram justamente pela relação com atividades do seu cotidiano. Diego indicou cinco perfis no Instagram, todos eles diziam alguma coisa sobre estilo de vida, seja voltado para religiosidade, atividades físicas ou política. Bernardo indicou 6 perfis, alguns que segue com o intuito de apenas se entreter, como o canal Diva Depressão, e outros

que estão no lugar de referências profissionais, como o perfil do influencer Dante e o canal do YouTube da jornalista conhecida como Foquinha. Rafael nomeou mais de 10 perfis e todos eles tinham relação com alguma pauta de ativismo social. Caio, dentre os quatro, foi o que mais conseguiu explicar o porquê e como cada perfil se relaciona com sua vivência:

O João tem sido um cara em quem me espelho muito e que eu espero que, daqui a alguns anos, eu consiga atingir esse nível de intelectualidade. Eu acho aquele cara muito intelectual e que tem muita propriedade na fala dele. Ele estudou, enfim, mestrado fazendo outras coisas, então acho que eu gosto de ver o conteúdo dele, porque eu gosto de pensar que eu consigo chegar ali ou até mais longe. E Noah, a gente fortaleceu nossa amizade recentemente, a gente tinha contato por internet mesmo, mas aí, como a gente não mora muito longe. Ele tem sido uma pessoa que me tira um pouco da minha solidão, da minha transição solitária. Eu fico tipo “caraca, não tô 100% sozinho”. Eu gosto muito do conteúdo dela [preta letrada]. Eu acho, enfim, que ela traz muitas coisas importantes, curiosidades e às vezes as indicações de livros que eu quero ler, então é um conteúdo que eu rolo bastante, né? Que eu não vejo só um vídeo. Cara, a Gabi de pretas é uma pessoa que eu considero uma influência de verdade, né? Porque ela não faz força de nada, ela mostra a rotina dela de verdade e as pessoas estão ali porque gostam dela. Confiem nela. E também eu pretendo entrar no processo de adoção daqui a um tempinho e ela foi uma pessoa que me inspirou muito nisso e, vira e mexe, também ela fala sobre isso. Enfim, é isso, é uma querida, eu sigo ela porque ela é uma querida. O Marcos Valentim é uma referência de profissão, né? Eu o vejo como um profissional muito competente, né? Ele tem uma postura muito profissional, sabe? Eu também vejo essa referência de querer estar ali e de estilo também de pessoa e de homem preto de intelectual, então eu gosto bastante do conteúdo dele. (Caio)

Ao observar os perfis e conteúdos indicados por nossos entrevistados, podemos notar que nenhum deles aborda o assunto de masculinidade ou transmasculinidade de forma direta. Portanto, eles não usam suas redes sociais digitais para buscar sobre esses assuntos de forma recorrente ou como um pré-requisito para seus consumos midiáticos. No entanto, isso não quer dizer que os entrevistados estejam consumindo qualquer conteúdo com qualquer tipo de masculinidade apresentada. Todos eles indicaram perfis de pessoas com uma masculinidade que fugisse da norma, seja sendo um transmasculino, seja sendo homens negros, ou na produção de conteúdos de quem fala abertamente sobre paternidade. Nessa perspectiva, Rafael e Bernardo entendem que as redes sociais e o próprio consumo midiático permitem a desconstrução do que já está posto como norma e a construção de novas possibilidades.

Ainda sobre referência, todos os entrevistados apontaram que buscam consumir conteúdos com os quais se identificam e possam se ver representados de alguma forma. Eles ainda apontam que é difícil encontrar isso em uma perspectiva trans, pois essas vivências ainda são bastante reduzidas na esfera midiática, ainda mais quando pensamos em chave racial:

Eu dificilmente assisto séries, filmes ou coisas que não tenham pessoas negras, ou não tenham pessoas LGBT . É muito difícil isso para tudo que eu consumo assim, até

música e tal, tipo fervendo os meus vídeos, ele tipo eu não falo sobre diretamente aí artistas negros. Mas tu vai ver que 90% das músicas que eu indico são de artistas negros, sabe? Porque é o que eu escuto mesmo, é o que eu consumo, então a identificação para mim é muito importante para tudo que eu vou consumir assim, eu preciso me ver naquelas obras, sabe? (Bernardo)

Se for para buscar conteúdo de referência, precisa ser, óbvio, uma pessoa que esteja em concordância com as minhas questões morais, éticas, biológicas, políticas. Se ela for trans e preta, melhor ainda. Se ela for branca, eu já fico deixando no morno e vou vendo como é que vai ser, mas a minha principal tópicos é isso, eu sigo muito mais pessoas trans pretas (Caio).

Por meio dessas falas, vemos como o consumo midiático se torna uma prática importante para a constituição de competências culturais e repertórios em torno dos marcadores com os quais os entrevistados se identificam. Porém, um problema trazido por todos é a falta de representações de histórias como as deles na mídia: a falta de referências transmasculinas, principalmente negras. Eles identificam que esse fator influencia na sua transição e no modo como pensam na construção de suas identidades.

Bernardo e Rafael identificam que tiveram referências em seus processos de transição, mas de lugares diferentes. Bernardo encontra-as em uma nova geração de homens trans e pessoas transmasculinas que estão produzindo conteúdo para as redes sociais digitais atualmente. Enquanto Rafael, há 10 anos atrás, teve como primeira - e por alguns anos única - referência trans na Internet um homem trans estadunidense que hoje já não produz mais conteúdo.

Antes falávamos das diferenças entre as transmasculinidades negras e as transmasculinidades brancas, assim como acontece com as masculinidades cis. Na perspectiva da negritude, Diego, Rafael e Caio ainda apontam para a forma negativa como homens negros são representados na mídia. Como vimos com Munanga (2004), imagem negativa de pessoas negras é um mecanismo do racismo para que elas continuem nesse lugar de subalternidade.

Na mídia, a maioria das coisas que passam na televisão, por exemplo, algo que eu consumo e que a grande massa na verdade consome, é a figura do homem negro. Ou é estar em programa policial, ou quando tá em novela naquele estereótipo de motorista, de segurança, de escravo, de amante. (Rafael)

Na verdade, eu vejo uma movimentação. Tanto na mídia quanto no meio corporativo, para o quesito diversidade. Mas eu também vejo que isso é um tópico, é uma onda, né? Isso é uma onda, então agora essa onda tá lá no topo, mas em algum momento essa onda não vai estar mais no topo, então assim. Eu vejo que tá tendo um avanço muito grande, mas a qualquer momento essa onda pode acabar, mas então. Não tem muita esperança, né? Eu vejo a presença de homens negros na mídia, mas se a gente for parar assim para pensar, sempre a mesma novela falando sobre escravidão, ou sempre na mesma posição de bandido, ou sempre na posição de servente. A gente não tem um galã, a gente não tem um diretor de empresas, que rouba, que furta, que é, sabe o vilão, a gente só tem bandido, então bandido ou empregado, que avanço é isso, né? 30 anos atrás também estava assim, gente, só tem mais gente fazendo isso. (Caio)

Com isso, também podemos observar que a mídia se relaciona com a construção de transmasculinidades negras por meio de uma ausência. Pois, por mais que existam esses corpos e vivências circulando nesses espaços, ou estão sendo contados de uma perspectiva branca ou não recebem visibilidade suficiente e, assim, acabam não atingindo um público considerável.

Estabelecendo diálogo com o objetivo deste texto, compreender a relação do consumo midiático com a construção de transmasculinidades negras, percebemos que o consumo midiático é fundamental para a marcação identitária dos entrevistados, mas que, em relação à constituição de suas transmasculinidades, essa relação acontece de forma indireta. Ou seja, os conteúdos consumidos não necessariamente falam especificamente do assunto referido à identidade, nesse caso a transmasculina, mas de algum modo abordam assuntos que auxiliam na construção, ou desconstrução, dessa masculinidade. Além disso, os conteúdos vão atravessando as vivências dessas pessoas não dependendo, necessariamente, do que tem sido falado.

O segundo aspecto que precisamos evidenciar, que já abordamos antes, é que estamos falando de corpos negros e trans. A intersecção dessas identidades influencia na forma como irão agir e poderão vivenciá-las. A falta de corpos e histórias que carregam essas identidades na mídia em geral associa-se com o consumo midiático dos entrevistados e o que poderão mobilizar como referência, afinal, como apontado por eles, é frustrante e difícil ter como referência vivências que não poderão ser as deles, pois não são esses lugares de visibilidade que a sociedade coloca corpos e histórias como as nossas.

O terceiro aspecto a ser destacado é o atravessamento digital nos trajetos de consumo, pois esses jovens vivem em um mundo em que podem selecionar os conteúdos que irão ou não consumir de forma muito mais direta. Como vimos, as redes sociais digitais têm sido para eles uma forma não de construir uma transmasculinidade, mas de desconstruir o que a sociedade estabelece como norma. Em seus consumos midiáticos, os entrevistados buscam conteúdos com vivências, histórias e discursos diferentes daqueles que perpetuam uma masculinidade hegemônica - que é branca.

Ver na televisão o que eu não queria ser, então já sabia que tinha coisas que eu não queria ser, né? Em termos de personalidade e tal, então foi desse jeito assim que me ajudou a conviver, né? Com os outros homens da minha família, mesmo sendo cisgêneros, mas são homens negros. Né, algumas coisas também, eu peguei porque outras não, né? Como eu falei no começo, tem a questão do machismo e determinadas coisas que eles reproduzem falam. E às vezes eu percebo que não tem. noção de que é um discurso violento mesmo, que seja uma piada, mesmo que seja alguma coisa. E aí a gente procura, eu acho que o que é melhor assim nas experiências para a gente construir quem a gente é, né (Rafael)

É em conteúdos de homens trans e pessoas transmasculinas, independente da raça, homens cis negros, ou consumindo conteúdos de mulheres e de tantas outras pessoas que fujam de uma norma posta, que os entrevistados veem a possibilidade de construir uma transmasculinidade que faça sentido para eles e que não deve ser equiparada com uma masculinidade pré-concebida. No entanto, pelo consumo midiático, os entrevistados também têm a possibilidade de se aproximar da norma, daquilo que é esperado no contexto de uma masculinidade hegemônica. Isso é percebido quando eles relatam que, após a transição, passaram a se sentir legitimados a consumir certos conteúdos, entendidos como masculinos. Eles entendem que, a partir desse momento, fazem parte do grupo que consome esse conteúdo. Ou seja, podem performar a identidade de gênero masculina, mesmo que não sejam colocados na mesma categoria de homens cis e por muitos não sejam nem vistos como homens.

Como vimos com Butler (2003), o gênero pode ser considerado uma performatividade de certas características que já estão colocadas, mas que podem ser mudadas. Ao identificar os conteúdos consumidos por nossos entrevistados, podemos observar que, da mesma forma que esse consumo atravessa uma perspectiva de desconstrução e ressignificação da masculinidade hegemônica, ele também se torna mais uma forma para que esses corpos, invalidados pela sociedade, performem características dessa masculinidade.

8 Considerações finais

A análise do consumo midiático de dois homens trans e duas pessoas transmasculinas negras nos permitiu conhecer como esse consumo perpassa as vivências trans, não só no processo de construção - ou desconstrução - de masculinidades, como também acompanha de forma direta e indireta o processo de transição. Para alguns deles, a mídia foi o primeiro contato com a transgeneridade e a possibilidade de se encontrar na sociedade.

A relação do consumo midiático com a construção de transmasculinidade, muitas vezes, acontece de uma forma indireta. Nas falas de nossos entrevistados, podemos reconhecer a dualidade entre a relação que a mídia tem com suas vivências e as vivências que têm com a mídia. Pois, da mesma forma que o que estão consumindo na mídia interfere no modo como performam sua masculinidade, o que estão buscando para performar essa nova forma de (trans)masculinidade interfere no que escolhem consumir.

Com os resultados dessa pesquisa, é possível concluir que a mídia se relaciona com as vivências trans, não só nas construções de transmasculinidades, como no processo de transição. Rafael conta que sua transição inicia a partir de uma reportagem jornalística sobre histórias

transmasculinas. Bernardo e Diego contam que, ao pensar na construção de sua identidade, queriam seguir o contrário do que a mídia mostrava a respeito desse masculino. Portanto, essa pesquisa busca agregar aos estudos de consumo midiático, bem como para a comunicação como um todo, no sentido de visibilizar as articulações entre as práticas de consumo e as vivências desses sujeitos, em chave interseccional.

Por termos muito a compreender e a explorar nas articulações entre vivências trans e consumo midiático, este estudo não se esgota aqui. Apresentamos um trabalho introdutório para uma discussão que deve ser feita e é muito mais profunda do que foi possível apresentar. Falar de identidades trans, principalmente com a interseccionalidade de raça, traz diversas questões que não seriam possíveis de serem encerradas em um único texto.

Fica evidente que o consumo midiático atua de forma significativa, ainda que muitas vezes indireta, na construção das transmasculinidades negras. A mídia aparece como espaço de possibilidades, mas também de ausências, tensionando o processo de afirmação de identidade de homens trans e pessoas transmasculinas negras. Essa relação com a mídia revela o consumo midiático como parte do processo de performar e afirmar o gênero, e, também, como caminho para resistir às narrativas que tentam silenciar ou homogeneizar suas existências. Assim, o consumo midiático, atravessado por marcadores de raça, classe e gênero, torna-se não só um espaço de identificação, mas também uma via para experimentar novas formas de existência que escapam das normativas impostas.

Referências

AKOTIRENE, C. **Interseccionalidade**. São Paulo: Pólen, 2019.

ALMEIDA, G. “Homens trans”: novos matizes na aquarela das Masculinidades? **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 20, n. 2, p. 513-523, maio/ago. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ref/v20n2/v20n2a12>. Acesso em: 1 abr. 2025.

ALMEIDA, M. de. **A performance drag queen, gaúcha** – Uma análise do consumo midiático de drags de Porto Alegre. 2023. 153 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/263425>. Acesso em: 5 abr. 2025.

ALMEIDA, S. **Racismo Estrutural**. São Paulo: Pólen, 2019.

ARCOVERDE, L. Taxa de homicídio de homens negros no Brasil é quase 4 vezes maior do que a de não negros, estudo. **G1**, São Paulo, 19 nov. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/11/19/taxa-de-homicidio-de-homens-negros-no-brasil-quase-4-vezes-maior-do-que-a-de-nao-negros-aponta-estudo.ghtml>. Acesso em: 3 abr. 2025.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (org.). **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BOCCHINI, B. População negra encarcerada atinge maior patamar da série histórica. **Agência Brasil**, São Paulo, 20 jul. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-07/populacao-negra-encarcerada-atinge-maior-patamar-da-serie-historica>. Acesso em: 10 abr. 2025.

BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

CARRERA, F. Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação. **E-Compós**, [S. l.], v. 24, 2021. DOI: 10.30962/ec.2198. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2198>. Acesso em: 18 fev. 2026.

CONNELL, R. W.; MESSERSCHMIDT, J. W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 241-282, jan./abr. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2013000100014>. Acesso em: 3 abr. 2025.

DUARTE, J. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FERREIRA, S. R. da S. Problematizando os Estudos das Masculinidades: a perspectiva transmasculina nas pesquisas brasileiras. **Cadernos de Gênero e Diversidade**, Salvador, v. 8, n. 1, p. 195-224, jan./mar. 2022. DOI: <https://doi.org/10.9771/cgd.v8i1.42541>. Disponível em: <https://www.periodicos.ufba.br/index.php/cadgendiv/article/view/42541/26812>. Acesso em: 7 abr. 2025.

FERREIRA, S. R. da S. Transmasculinidades interseccionalizadas: reflexões teóricas a partir da prática da pesquisa com homens transgêneros. **REBEH – Revista Brasileira de Estudos da Homocultura**, Cuiabá, v. 3, n. 13, p. 123-153, set./dez. 2021. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/rebeh/article/view/11423>. Acesso em: 25 nov. 2023.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOOKS, B. **A gente é da hora: homens negros e masculinidade**. São Paulo: Elefante, 2022.

MUNANGA, K. **Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia**. Niterói: EDUFF, 2004. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2014/04/Uma-abordagem-conceitual-das-nocoos-de-raca-racismo-dentidade-e-etnia.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2025.

PRECIADO, P. B. **Testo Junkie: sexo, drogas e biopolítica na era farmacopornográfica**. São Paulo: N-1, 2018.

SANTANA, B. Pensando as transmasculinidades negras. *In*: RESTIER, H.; SOUZA, R. M. (org.). **Diálogos contemporâneos sobre homens negros e masculinidades**. São Paulo: Ciclo Contínuo Editorial, 2019. p. 95-104.

SCHMITZ, D. M. Consumo, sentidos, usos e apropriações nas pesquisas de recepção: nem tão sinônimos, nem tão distantes. **Intexto**, Porto Alegre, n. 34, p. 255-275, set./dez. 2015. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/view/58546>. Acesso em: 5 abr. 2025.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. *In*: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 51-61.

TOALDO, M. M.; JACKS, N. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 22., 2013, Salvador. **Anais [...]** Salvador: Compós, 2013. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/288038/000897371.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 12 abr. 2025.

WILDERSON III, F. B. **Afropessimismo**. São Paulo: Todavia, 2020.

WOTTRICH, L. H. O que ainda há de recepção na recepção? Notas sobre um campo carregado de futuro. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v. 15, n. 29, p. 15-26, jul./dez. 2019. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/487>. Acesso em: 9 abr. 2025.

Data de submissão: 12/04/2025

Data de aceite: 16/07/2025