
Relação do consumo midiático de transmasculinos negros com a construção de suas identidades¹

Gabriel Escobar da Silva²

Laura Wottrich³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS/RS

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM/RS

Resumo

Este artigo buscou identificar a relação do consumo midiático de transmasculinos negros com a construção de suas identidades. Para isso, foram realizadas quatro entrevistas com transmasculinos negros de diferentes regiões do Brasil. A partir de uma perspectiva interseccional que articula raça e gênero, foi possível analisar os resultados que apontam uma ausência de corpos negros trans na mídia. Além disso, para os entrevistados, a mídia reforça a imagem estereotipada e inferiorizada de homens negros, imagem essa que agora passa a ser aplicada a eles pós-transição. Assim, os entrevistados negociam com a mídia os conteúdos que irão consumir, buscando, na maioria das vezes, alguma mínima identificação e representatividade.

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

Introdução

A comunicação acompanha as histórias das pessoas desde o princípio. Nesse contexto, a mídia e suas produções estão presentes na vida de seus receptores antes mesmo de eles se reconhecerem como tal. Essa mesma mídia desempenha um papel central na produção, circulação e disputa de sentidos acerca das identidades, dos corpos e das formas de existir. Através dela, construímos e questionamos narrativas que formam o imaginário coletivo e, consequentemente, as possibilidades de se reconhecer socialmente. Desse modo, o campo de comunicação precisa estar preocupado em compreender como a mídia está se relacionando com quem está consumindo-a.

No entanto, ao tratar de identidades específicas, o campo de estudos do consumo midiático no Brasil pouco tem demonstrado preocupação com estudar o consumo midiático de pessoas negras trans. Em uma pesquisa exploratória no Portal de Periódicos da Capes, Sucupira e na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações, não foi

¹Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Interseccionalidades, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Mestrado, 1º semestre, do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, é-mail: ge.silva1900@gmail.com

³ Pesquisadora do POSCOM/UFSM e PPGCOM/UFRGS. Docente do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM. E-mail: laura.wottrich@ufsm.br

encontrada nenhuma pesquisa com os termos “trans” e “consumo midiático”. Foram encontradas 30 pesquisas com os termos “raça” e “consumo midiático”⁴.

Considerando esse contexto, essa pesquisa busca identificar a relação do consumo midiático de transmasculinos negros com a construção de suas identidades⁵. Foram realizadas entrevistas semiabertas (DUARTE, 2005) com cinco pessoas negras e trans. São elas: Bernardo, homem transmasculino gaúcho de 29 anos, residente em Porto Alegre, que iniciou seu processo de transição há três anos; Rafael, de 31 anos, natural de Belém do Pará, que se identifica como homem trans há mais de uma década; Caio, carioca de 26 anos, que deu início à sua transição há aproximadamente sete anos; e Diego, transmasculino paulista, de 29 anos, que começou sua transição por volta de 2020.

Para compreender essa relação, é preciso contextualizar identidades trans e negras e como elas estão postas na sociedade. Desse modo, esse artigo discute o conceito de raça e como ele foi moldado para que existisse um grupo dominado, portanto as pessoas não-brancas, e os dominantes, as pessoas brancas (MUNANGA, 2004). Além disso, também é preciso discutir como o racismo se relaciona com a mídia e como isso interfere na vida da população negra.

Ao falar das identidades trans, duas perspectivas precisam ser abordadas: a identidade trans e a identidade trans com o recorte da masculinidade. Nesse momento, é preciso destacar a distinção entre as identidades de homens trans e transmasculinos. Ambas dizem respeito a pessoas que foram designadas como pertencentes ao gênero feminino ao nascer, mas que não se reconhecem nessa identidade. A principal diferença entre elas está no modo como se relacionam com a noção de gênero. Enquanto homens trans se identificam dentro de uma lógica binária, homem e mulher, pessoas transmasculinas se aproximam da masculinidade, mas não necessariamente se identificam como homens ou até mesmo com esse binarismo.

Para discorrer sobre esse assunto, é importante partir do pressuposto de que não existe um consenso acadêmico para conceituar essa identidade de forma genérica para todos. E ainda bem que não o faz, pois as identidades trans abarcam tantas formas de ser e experienciar o que está posto como gênero, que seria impossível um único conceito,

⁴ Pesquisa realizada pelo autor em maio de 2025.

⁵ Os resultados encontrados aqui foram retirados do Trabalho de Conclusão de Curso realizado pelo autor no curso de jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria em 2024.

defini-las. Porém, algumas discussões precisam ser demarcadas. Como a já tão falada construção de gênero e suas práticas discursivas e performativas (BUTLER, 2003). Além de reforçar que as transmasculinidades são uma aquarela (ALMEIDA, 2012) e que essas podem, ou não, reproduzir - ao menos tentar - uma masculinidade hegemônica (CONNELL, MESSERCHMIDT, 2013).

Por isso, a masculinidade também é incorporada neste trabalho porque estamos lidando com sujeitos que foram socializados a partir de uma posição subalterna em relação ao masculino, mas que, em suas trajetórias, constroem e reivindicam uma identidade masculina. Além da masculinidade hegemônica, também precisamos tratar da masculinidade negra, pois a forma como essa identidade é vivenciada se difere de uma masculinidade branca (hooks, 2022), seja cis ou trans.

Por fim, para abordar tantas interseções, convergências e divergências, mobilizamos a roleta interseccional (CARRERA, 2021). Carrera entende que é possível observar as avenidas identitárias e quais opressões atravessam o indivíduo mencionado. Desse modo, nessa pesquisa cruzamos as avenidas de raça e gênero para falar da vivência de transmasculinos negros, com o objetivo de compreender esse cruzamento, suas vivências e sua relação com a mídia.

Assim, essas discussões trouxeram para esta pesquisa a necessidade de investigar de que forma as práticas de consumo midiático de transmasculinos negros se articulam com a construção de suas transmasculinidades. Pesquisas como esta são fundamentais para o campo da Comunicação, especialmente em um contexto em que as existências trans ainda têm pouco espaço na mídia⁶. Mas não só isso, trabalhos que buscam compreender como tem sido a recepção, reprodução e produção de sentido da mídia através de histórias de grupos subalternizados são fundamentais para que a mídia reconheça seu próprio poder e, talvez, possa transformá-lo.

Consumo midiático e identidade

O consumo, de acordo com Canclini (1997), atravessa a satisfação de necessidades materiais, envolvendo processos simbólicos, culturais e identitários, em que os produtos tornam-se significados, ultrapassando sua utilidade básica. Assim, eles

⁶ De acordo com o II Censo de Diversidade das Agências Brasileiras de 2024, apenas 1% de funcionários de agências se identificam como pessoas trans, nenhuma dessas pessoas ocupa cargos de liderança. Disponível em: <https://www.diversidadenapropaganda.com.br>

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

Ao tratar de consumo midiático, de acordo com Toaldo e Jacks (2013), este surge a partir do consumo cultural, “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” (p. 9). Portanto, o consumo midiático, bem como o cultural, faz parte das histórias de transição, relacionando-se de forma positiva, ou não, na vivência dessa população. Por isso, é importante compreender que a mídia atravessa o processo de construção de identidade, independente da qual estamos nos referindo.

Para Hall (2006), 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, onde a mídia intervém diretamente na vida das pessoas, se torna mais fácil que as identidades se libertem de histórias e tradições. Desse modo, não temos uma identidade construída, na verdade nem podemos dizer que temos uma única identidade, ou que essas podem ser representadas de uma única forma - mesmo que esse seja o discurso aplicado. Ou seja, independente da identidade de que estamos falando, o modo de performá-las, apesar da hegemonia, não é fixo e está em constante mudança de acordo com o contexto em que se está inserido.

Raça, racismo, masculinidades negra

É preciso discutir e compreender como o racismo opera na população trans, pois, diferente de uma transição branca, pessoas trans negras enfrentam dilemas e opressões diferentes. De acordo com Santana:

A maneira como o homem negro trans vivencia a sua transmasculinidade é diferente [...] Embora ambos soframos em algum momento o machismo, a misoginia e a transfobia, o homem branco trans não vivenciará o racismo. (2019, p.99)

Assim, é possível constatar que, ao transicionarmos, passamos a carregar também os estigmas associados à masculinidade negra, enfrentando muitas das mesmas violências direcionadas cotidianamente a homens negros cisgêneros. Como afirma 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 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.

Portanto, desde que a raça começou a ser considerada um fator para diferenciar e hierarquizar os seres humanos, pessoas negras começaram a ser ligadas a tudo que representa o “ruim” na humanidade. Desse modo, a raça surge como base para o racismo que, de acordo com Almeida (2019, p.32), “se manifesta por meio de práticas conscientes ou inconscientes que culminam em desvantagens ou privilégios para indivíduos, a depender do grupo racial ao qual pertencem”.

Na mídia, esse estereótipo é frequentemente representado. Ali, o homem negro é associado à brutalidade, à grosseria e à falta de inteligência, sendo visto como alguém destinado exclusivamente ao trabalho braçal e à satisfação sexual. Portanto, mesmo a masculinidade de homens cis negros não faz parte da masculinidade que beneficia e coloca no poder os homens brancos cis. A autora bell hooks (2022) discute que, por mais ilusório que pareça, para ela, a negritude não permite que esses homens aproveitem esse lugar dominante do ser masculino - em comparação com outros homens brancos, se comparado com mulheres negras esse cenário muda. Assim, o masculino hegemônico também não foi feito para os homens negros cis. Compreendendo essas perspectivas, é possível discutir a forma como o racismo atravessa e interfere no processo de transição de pessoas trans.

Gênero e (trans)masculinidade

É preciso entender, ou ao menos discutir, que nem sexo, nem gênero são conceitos que tiveram uma origem natural (BUTLER, 2003). Partindo dessa perspectiva, entendemos que todas as identidades, femininas ou masculinas, cis ou trans, passam e estão sendo construídas até hoje. Portanto, tanto pessoas trans quanto pessoas cis estão buscando sua forma de se enquadrar nessa sociedade que é estruturada em um sistema para categorizar identidades e assim reproduzir opressões.

Ao tratar, em específico, de identidades transmasculinas, estamos falando de pessoas que tiveram sua criação para que sua representação de discurso fosse o mais feminino possível. Assim, esses homens e transmasculinos não foram criados para

representar qualquer masculinidade. Afinal, de acordo com 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”. Portanto, 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.

É nesse cenário que estão as transmasculinidades, que se alinham tanto aos padrões dominantes quanto podem se afastar radicalmente deles. Muitos homens trans, na tentativa de ter sua identidade reconhecida e respeitada, acabam adotando práticas legitimadas pela masculinidade hegemônica. No entanto, reduzir as transmasculinidades a esse modelo seria limitar sua complexidade. Por viverem experiências de gênero distintas ao longo da vida, pessoas trans têm em seus processos de transição uma oportunidade singular de moldar e expressar o modo como suas masculinidades serão vividas e percebidas. Ainda que homens cisgêneros também possam questionar e reinventar suas masculinidades, eles continuam sendo validados por um sistema que os reconhece como legítimos representantes do masculino.

Percurso metodológico

Como mencionado, foram realizadas cinco entrevistas individuais em profundidade, conforme propõe Duarte (2005). Desse modo, buscamos explorar o tema tratado a partir de informações, percepções e experiências dos participantes, com o objetivo de analisá-las e apresentá-las de modo estruturado (DUARTE, 2005). Para realizar as devidas discussões e antes das entrevistas serem feitas, foi realizada a pesquisa bibliográfica (STUMPF 2005) dos conceitos: raça, gênero, trans, masculinidade e consumo midiático.

A escolha dos entrevistados foi feita através de uma pesquisa de perfis de homens trans e transmasculinos, já conhecidos do pesquisador, no Instagram. Após o aceite do convite para participação, cada entrevistado respondeu a um formulário detalhando o que consumia na mídia, seus conteúdos favoritos e tempo de consumo. Assim, foi possível semi-estruturar as entrevistas, com perguntas mais gerais que todos responderam e perguntas específicas para cada entrevistado de acordo com suas respostas no formulário.

Ausência e estereótipos - masculinidade negra na mídia

O primeiro destaque que os entrevistados apresentam é a percepção sobre a ausência de corpos negros trans na mídia. Eles encontram perfis de produtores de conteúdo - com baixa visibilidade - nas redes sociais digitais, mas quando pensam na mídia massiva, como a TV, séries e filmes, não conseguem pensar em nenhum momento que viram homens, ou transmasculinos, negros trans nelas.

Eu não tive nenhuma referência porque eu não via homens trans racializados que tinham algum espaço (Diego)

A identificação para mim é muito importante para tudo que eu vou consumir assim, eu preciso me ver naquelas obras, sabe? (Bernardo)

Os três entrevistados com mais tempo de transição comentam que, no início, os únicos perfis trans que encontravam eram de homens brancos. Depois passaram a surgir homens negros trans como youtubers ou com perfis no Instagram, mas ainda assim esses perfis demoraram para ganhar visibilidade.

Na questão de uma masculinidade negra, eles ainda trazem mais um agravante. Como já vimos, essa masculinidade é pautada por estereótipos e características específicas que colocam esse homem negro em um lugar distante do homem branco (MUNANGA, 2004), mesmo que reproduzam a masculinidade hegemônica. A mídia, como mais um mecanismo que pode perpetuar essa estrutura, traz em seus discursos essas mesmas características quando representa os homens negros. Para os entrevistados, isso foi uma característica que atravessou seu momento de transição, pois sabiam que, em algumas circunstâncias, aquela imagem passaria a ser a deles.

A maioria das coisas que passam na televisão, por exemplo, que é algo que eu consumo. E que a grande massa, na verdade, né? Consome é a figura do homem negro, é justamente ou tá em programa policial, né? Ou quando tá em novela naquele estereótipo de motorista, de segurança, de escravo de amante. Enfim, são essas referências, eu acho que de uns tempos para cá é que a gente vai vendo assim repórteres, né? A gente vai vendo protagonismo na novela. Mas é muito recente, [...] eu acho que é uns dois anos três anos pra cá. Querendo ou não ver na televisão o que eu não queria ser, em termos de personalidade e tal. (Rafael)

Eu vejo a presença de homens negros na mídia, mas se a gente for parar assim para pensar, sempre na 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 é bandido, ou empregado. Que avanço é esse, né? 30 anos atrás também tava assim, a gente só tem mais gente fazendo isso. (Caio)

Essa imagem, posta pela sociedade, atravessa sua transição e a construção de suas transmasculinidades, trazendo questões que não chegam junto com a transição para pessoas brancas. O que vai de acordo com o que hooks (2019) nos diz sobre masculinidades negras e brancas. Além disso, a mídia reforça o corpo que um homem negro deve ter para ser aceito pela sociedade, corpo esse que não inclui corpos trans - muitas vezes não inclui nem mesmo os cis.

Quando se trata de uma pessoa preta, você sempre tem que ser o padrão hipersexualizado de homem. [...] Se não tiver um gominho, um tanquinho, tipo um peitoral, eu ainda vou querer? Então foi nesse momento que eu tive que tomar a decisão do hormônio ou não, mas antes de tomar essa decisão, isso influenciava muito, muito mesmo assim, eu só conseguia me enxergar naquele tipo de homem que eu vi na mídia que era geralmente hipersexualizado (Diego)

Desde sempre, a maneira como a masculinidade é representada na mídia, eu acho que é a maneira que é real mesmo que é o que acontece mesmo, então acho que me afetou no sentido de eu sempre saber o que eu não queria ser. (Bernardo)

Mesmo com alguns avanços nesse discurso, eles relatam que, no seu consumo midiático, não tiveram referências de uma masculinidade, nem negra nem branca, que não reproduzissem os mesmos discursos que antes os oprimiam. Assim, os entrevistados passaram a encontrar uma masculinidade que não é pautada na opressão e na dominação, buscando perfis de pessoas com proximidade a eles na Internet. Foi em produtores de conteúdo das redes sociais que eles encontraram uma forma de pensar na construção de uma transmasculinidade negra que fazia sentido para a história deles.

Eu tenho esse filtro natural de pessoas negras para tudo na real. Então acaba que é muito mais fácil eu seguir, eu dar um like numa pessoa que eu vejo que é uma pessoa trans negra do que o contrário. No começo da minha transição também, eu tive muita essa necessidade de buscar referências trans masculinas negras, sabe então eu fui muito atrás, mas é foda, é difícil, né? A gente não não tem muita visibilidade. (Bernardo)

Hoje em dia, a internet facilita também, eu sei que tem muita besteira, as pessoas fazem muita besteira no sentido de fake news também. Mas quando a gente encontra determinados conteúdos, a gente consegue sim ter mais informações importantes. Então, eu acredito que isso assim é contrapor é uma forma alternativa também de ter um viés de

informação de outro ponto de vista que não só o da mídia formal, né da televisão. (Rafael)

Portanto, mesmo com as ausências, estereótipos e baixa visibilidade, os entrevistados nos mostram que isso também caracteriza a relação de sua transexualidade negra com a mídia. Suas identidades são pautadas pelo estereótipo do homem negro que eles não querem reproduzir, pelas transexualidades negras que encontram no Instagram e pela possibilidade de encontrar na ausência de um padrão transmasculino negro a forma de viver sua trajetória a partir deles mesmos. Encontram, nas redes sociais digitais, possibilidades de quem eles podem ser e informações para contrapor estereótipos dominantes na mídia massiva.

Considerações finais

Com o propósito de identificar a relação do consumo midiático de transmasculinos negros com a construção de suas identidades, entendemos que essa relação se dá por meio de negociações entre os entrevistados e a mídia. Portanto, a mídia negocia oferecendo conteúdos de negritude, desconsiderando corpos trans, ou então trans, ignorando as masculinidades negras. E eles negociam se eu próprio consumo nisso que está sendo ofertado.

Além disso, observamos que o estereótipo do homem negro também atravessa essas vivências, pois o discurso que eles ouvem da sociedade também está nas produções midiáticas e, agora, na sua própria história. A ausência de pessoas negras trans na mídia também fica como um desejo para que isso mude e que possam, cada vez mais, ver histórias parecidas com as suas sendo representadas.

Desse modo, a construção de identidades transmasculinas negras é atravessada por um consumo midiático de ausência, estereótipos e resistências. Essas pessoas encontram em produtores de conteúdo digitais negros trans uma forma de pensar uma masculinidade que não se aproxime da branca e cis. Além de encontrar nas representações negativas de homens negros uma masculinidade que não querem reproduzir. E são nesses dois vieses, de semelhança e afastamento, que os entrevistados se veem e encontram formas de pensar na sua identidade.

Apresentamos um trabalho introdutório para uma discussão que deve ser feita e é muito mais profunda do que foi possível apresentar. Abordar raça com a interseccionalidade trans abre portas para a descoberta de novas histórias, novas

vivências, mas, para além de tudo, novas formas de fazer ciência e de entender a sociedade.

Referências

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

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

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

CARRERA, Fernanda. Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Rio de Janeiro, v.24, s.n. p. 1-22, jan-dez, 2021. Disponível em: doi.org/10.30962/ec.2198. Acesso em: 2 abr. 2025.

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

DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

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

hooks, bell. **A Gente é da Hora: Homens Negros e Masculinidade**. São Paulo: Elefante, 2022.

MUNANGA, Kabengele. Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia. **Programa de educação sobre o negro na sociedade brasileira**. Niterói: EDUFF, 2004. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2014/04/Uma-abordagem-conceitual-das-noco-es-de-raca-racismo-dentidade-e-etnia.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2025.

SANTANA, Bruno. **Pensando as transmasculinidades negras**. In: RESTIER, Henrique; SOUZA, Rolf Malungo. **Diálogos contemporâneos sobre homens negros e masculinidades**. São Paulo: Ciclo Contínuo Editorial, 2019. p. 95-104.

STUMPF, Ida Regina Chitto. **Pesquisa bibliográfica**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 51-61.

TOALDO, Mariângela Machado; JACKS, Nilda. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: ENCONTRO da Compós, 22, 2013. **Anais [...]** Salvador: COMPÓS, 2013.