

## **“É Só Uma Semente”: masculinidades negras como representação de linguagem do midiativismo<sup>1</sup>**

Marco Túlio Pena CÂMARA<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

### **RESUMO**

O objetivo deste trabalho é apresentar uma sugestão de percurso metodológico que considere a multimodalidade como principal aporte teórico aliado às masculinidades, que, além de ser o tema de análise, também figura como critério analítico. Dessa forma, pretende-se apresentar uma proposta de metodologia que pode ser aplicado em diversos objetos de estudo similares ao que aqui se sugere. O trabalho metodológico se baseia na relação que se estabelece entre os discursos multimodais aliados às representações das masculinidades negras, culminando na produção de sentido ativista.

**PALAVRAS-CHAVE:** masculinidades negras; midiativismo; multimodalidade; metodologia.

### **CORPO DO TEXTO**

A virilidade e a seriedade são algumas das características que a sociedade espera que os homens expressem. No caso especificamente de homens negros, soam como fardos que se sentem na obrigação de carregar, dado o resgate histórico e representação do que esperam que sejam. Além da expressão verbal, existem outros modos de linguagem a fim de representar as masculinidades às quais fomos impostos e, por outro lado, que buscamos ressignificar e exercer. Esses diversos modos de linguagem se firmam como arcabouço teórico-metodológico deste trabalho, a fim de identificar como essas construções do que é ser homem perpassam pela linguagem.

O presente trabalho é um recorte metodológico de uma tese de doutorado que versou sobre a multimodalidade aliada aos estudos de masculinidades que promovem sentidos ativistas em vídeos no *YouTube*. Como objeto de estudo, analisamos a série “#HomemNegro”, do canal Muro Pequeno. Assim, o objetivo deste trabalho é descrever esse caminho metodológico na intersecção entre os estudos e representações das masculinidades negras e o discurso multimodal. A metodologia aqui sugerida toma

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 5 - Comunicação e epistemologias antirracistas e afrodiáspóricas na Amazônia, evento integrante da programação do 21º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 22 a 24 de maio de 2024.

<sup>2</sup>Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCOM) e do Curso de Jornalismo da UFT, email: [marco.camara@uft.edu.br](mailto:marco.camara@uft.edu.br)

como base os estudos e questões raciais como fundamento teórico-metodológico, centralizado nessas questões.

Para realizar uma análise multimodal do discurso, devemos levar em consideração o contexto em que ele está inserido e suas interações, construindo significados. Produtos audiovisuais digitais são espaços complexos de discurso e são constituídos por diversos elementos multimodais que permitem diferentes sentidos construídos e escolhas de ações múltiplas. Norris (2004) acredita que para realizar a análise desse material, pode-se utilizar a transcrição multimodal, considerando o signo, o significado e o significante, em uma aproximação semiótica.

No sentido de análise multimodal, há padrões e regularidades nas aparições e representações dos personagens, que podem denotar o ponto de vista orientado do produtor do vídeo a partir do enquadramento e outros possíveis “jogos” permitidos pela filmagem e movimento de câmera, indicando outras perspectivas e orientando o olhar e atenção do espectador (IEDEMA, 2001). Inserido na perspectiva semiótica social, também é importante considerar o contexto político e a crítica social do produto, não se reduzindo a uma simples produção audiovisual isenta, mas provocando e promovendo a construção de significados a partir dos elementos sociossemióticos presentes nesse produto. Nesse contexto, eles são representações da realidade, criando o próprio espaço-tempo de forma abstrata, considerando o intervalo entre a sua ocorrência, registro e veiculação.

Como consideramos os vídeos enquanto recortes da realidade e a relação do produto audiovisual digital com o ambiente *offline* e seu respectivo impacto social, todas as variáveis e elementos devem ser analisados em conjunto, a partir de uma ótica pessoal e interacional, relacionando-se à sociedade. As interações ali presentes e as peculiaridades só são possíveis e percebidas devido à construção da identidade desses participantes, que os levam a estar ali e compartilhar experiências e vivências, fazendo com que elas sejam mais do que tema dos vídeos, mas também das lutas e movimentos aos quais fazem parte e dão visibilidade.

Levando isso em consideração, a multimodalidade também é aliada na construção da masculinidade que esses homens experienciam. Mais do que conjunto metodológico, a relação entre os dois temas é de desenvolvimento mútuo, uma vez que os dois contribuem entre si de igual maneira para que construam a identidade própria e

sua relação com a coletividade. Assim, as masculinidades se expressam e ganham vida a partir de elementos multimodais e essas características também formam os homens que as expressam. Questões sociais e emotivas que perpassam a construção das masculinidades negras estão em discussão em vídeos e outras mídias como podcasts, textos e mídias tradicionais. Em sua maioria, a questão é apresentada sob um debate inicial acerca da virilidade masculina, que é muito imputada principalmente aos homens negros, a sexualidade e, relacionada a problemas político-sociais, ao encarceramento, racismo criminal e violência atribuída aos homens negros.

Nesse contexto, homens que não performam a masculinidade que é esperada tendem a ser tratados como mais femininos ou, ainda, relacionado à orientação sexual previamente estabelecida, mesmo que não seja sua realidade. Isso porque ocorre um processo de feminilização de homens que apresentam maior sensibilidade, cuidado e demonstram mais afeto e carinho entre outros homens (BOLA, 2021). Dessa maneira, discutir masculinidades é refletir sobre o papel do masculino na sociedade, enquanto posição social que ocupa, considerando, principalmente, as relações de poder que estão ali imbricadas.

É importante levar em consideração que essas relações de poder também estão presentes nessa pluralidade de representações masculinas, pois os gêneros se estabelecem a partir das relações sociais que envolvem a sociedade em suas diversas esferas, seja em locais de trabalho, de política ou no ambiente doméstico (CONNEL, 1995). Dessa forma, podem existir diversos tipos de masculinidades dentro daquela considerada a hegemônica, assim como essas identidades podem coexistir em um único sujeito. Seguindo o fluxo de mudanças pelas quais a masculinidade hegemônica passa de acordo com o tempo em que se vive, essa busca pelo sentimental e autorreconhecimento nas vivências dessas relações dialógicas e emocionais tem se configurado como parte dessa nova hegemonia masculina, como uma ‘masculinidade comedida’, inserida nas relações de poder econômico no contexto da burguesia, enquanto uma prática dela.

Nesse sentido, Connel (1995) destaca a hegemonia socioeconômica desse novo padrão, que segue sendo eurocentrado, focado no norte-global e, em cenários político-partidários, na transformação dessa masculinidade hegemônica progressista em masculinidade sensível, pautada na cor branca e na heteronormatividade. Esse contexto

exclui, portanto, dinâmicas raciais nessa relação e busca por representação de masculinidades, o que é um grave problema quando se trata de relação de gêneros e, mais que isso, relações sociais como um todo. Considerar a raça como importante foco nesse debate é peça fundamental para este trabalho, além de se firmar como importante variável metodológica em nossos critérios de análise posteriormente apresentados.

As masculinidades também se firmam como critério metodológico, principalmente em sua junção e complemento com a multimodalidade. Nesse contexto, um aspecto fundamental a ser considerado é em relação à performatividade esperada e exercida de homens negros, com foco no que se pode observar nos vídeos aqui representados. A performance da representação da masculinidade hegemônica, mais que critério de análise, é ponto de partida para a reflexão em como a linguagem multimodal e as masculinidades estão interligadas, visando à produção do sentido de perpetuar o que se tem de padronizado ou fomentar inovações e contra-hegemonias.

Os vídeos aqui sugeridos como objeto de análise fazem parte do projeto Creators for Change, uma iniciativa do YouTube que reconhece e valoriza criadores de conteúdo que visam à mudança social. A temática dos vídeos como um todo é a masculinidade negra, como o próprio nome da série indica (#HomensNegros). O primeiro vídeo, “Onde estão os homens negros?” abre a série para abordar os espaços que esses homens ocupam na sociedade e na produção de conteúdo digital. Já o último, “Bichas pretas e a masculinidade”, retrata como vários homens negros performam suas masculinidades e como isso os afeta no convívio social e no processo formativo.

Sendo assim, a intersecção entre essas duas grandes áreas de estudo e aplicação enquanto reflexão do tema e produção de sentido culminam no Midiativismo enquanto prática e fenômeno. Dessa forma, elencamos, a princípio, três bases de análise como critérios que fundamentam e embasam nossas análises:

- a) Voz e masculinidades: o tom de voz pode indicar sentimentos e representações que permeiam o imaginário social acerca da definição de gênero e sua performance. Portanto, esse critério visa analisar como essa alteração no tom de voz e no timbre próprio de cada pessoa pode se relacionar à expressão dessa masculinidade e o quanto isso impacta na produção de sentido sobre o tema.
- b) Roupas e representação das masculinidades negras: ainda que este não seja um critério previamente estabelecido e fundamentado na literatura sobre linguagem

multimodal, consideramos que a roupa é um meio de expressão de discurso, posicionamento e construção de identidade que são cruciais para a produção de sentido em vídeos, principalmente os produzidos especialmente com o intuito de debate e produção ativista.

- c) Postura e masculinidades: enquanto um modo de linguagem multimodal, a postura pode construir distintos significados a partir tanto da sua contextualização interna no vídeo quanto da sua representação social-discursiva.

Assim, essas relações podem promover discussões e destaque de temas que são relevantes para a produção de sentido ativista, firmando-se como um dos modos de linguagem midiativista.

Com este trabalho, esperamos contribuir com novas perspectivas metodológicas que considerem não só aspectos teóricos que amparam a metodologia considerada clássica, mas que também levem em considerações aspectos sociais como caminho de análise dos objetos de estudo. Mais do que tema de pesquisa, discussões como as masculinidades podem guiar metodologicamente um estudo para que ele seja mais aplicado, prático e plural. Com essa base analítica, firmamos uma possibilidade metodológica que considera a triangulação do enredo de multimodalidade, ocupação de espaços e masculinidades, que amparam e se firmam como práticas midiativistas e percurso metodológico possível de materiais complexos.

## REFERÊNCIAS

- BOLA, JJ. **Seja homem: a masculinidade desmascarada**. Porto Alegre: Dublinense, 2021.
- CÂMARA, Marco Túlio Pena. "**Ouçam as bichas pretas**": a multimodalidade na construção de masculinidades pretas e as produções de sentidos midiativistas em vídeos no "YouTube". 2023. 1 recurso online (200 p.) Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, SP.
- CONNELL, Robert. **Políticas da masculinidade**. Revista Educação e Realidade, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 185-206, jul./dez.1995.
- IEDEMA, Rick. 2001. **Analysing Film and Television: A Social Semiotic Account of 'Hospital: An Unhealthy Business'**. In The Handbook of Visual Analysis, organizado por Theo Leeuwen e Carey Jewitt, 1edition. Los Angeles, Calif.: SagePublicationsLtd.
- NORRIS, Sigrid. **Analyzing Multimodal Interaction: A Methodological Framework**. Londo/New York: Routledge, 2004.