


# Os estudos das masculinidades nas pesquisas em Comunicação no Brasil

*Masculinities studies in Communication research in Brazil*

*Estudios de masculinidades en investigaciones de Comunicación en Brasil*

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-58442022101pt>

**Eliza Bachega Casadei<sup>i</sup>**

 <https://orcid.org/0000-0003-2810-8702>

<sup>i</sup> (Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo, Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo. São Paulo – SP, Brasil).

## Resumo

O objetivo do presente artigo é descrever o desenvolvimento da pesquisa sobre masculinidades em revistas de Comunicação, a partir de uma análise dos trabalhos publicados entre 2000 e 2019 em periódicos científicos brasileiros classificados como A2 no Qualis 2013-2016. Foram estudados os parâmetros: distribuição por ano, número de autores, filiação, distribuição regional, interfaces com o campo da Comunicação, índice de citações, metodologias e referencial teórico. Os resultados revelam que houve um aumento do número de pesquisas publicadas sobre masculinidade nos últimos anos e que há uma articulação, nos textos, entre as concepções de gênero e o papel dos meios de comunicação de massa, em uma perspectiva teórica que privilegia os movimentos de resistência e as políticas de visibilidade.

**Palavras-chave:** Comunicação. Gênero. Masculinidades. Produção científica. Performatividades.

## Abstract

The purpose of this paper is to describe the development of research on masculinities in indexed Communication journals, based on an analysis of works published between 2000 and 2019 in Brazilian

magazines indexed as A2 in Qualis 2013-2016. The studied parameters were: distribution by year, number of authors, affiliation, regional distribution, Communication interfaces, citation index, methodologies and theoretical framework. The results reveal an increase in the number of published research on masculinity in recent years and an articulation between the concepts of gender and the role of mass media, in a theoretical perspective that privileges resistance and visibility policies.

**Keywords:** Communication. Gender. Masculinities. Scientific production. Performativities.

### **Resumen**

El objetivo de este artículo es describir el desarrollo de la investigación sobre masculinidades en revistas de Comunicación, a partir de un análisis de los artículos publicados entre 2000 y 2019 en revistas brasileñas clasificadas como A2 en Qualis 2013-2016. Se estudiaron los siguientes parámetros: distribución por año, número de autores, afiliación, distribución regional, interfaces con el campo de la Comunicación, índice de citas, metodologías y marco teórico. Los resultados revelan que en los últimos años se ha producido un aumento del número de investigaciones publicadas sobre masculinidad y que existe una articulación, en los textos, entre las concepciones de género y el papel de los medios de comunicación, en una perspectiva teórica que privilegia los movimientos de resistencia y políticas de visibilidad.

**Palabras clave:** Comunicación. Género. Masculinidades. Producción científica. Performatividades.

### **Introdução**

O objetivo do presente artigo é descrever o desenvolvimento da pesquisa sobre masculinidades em revistas de Comunicação indexadas no Brasil, a partir de uma análise dos trabalhos relativos a estudos sobre masculinidades publicados entre 2000 e 2019. Especificamente, analisa a produção científica de revistas brasileiras classificadas como A2 no Qualis 2013-2016, na área-mãe de Comunicação e Informação, na qual foi avaliada a presença de trabalhos relativos ao gênero e estudos masculinos.

Em 2006, Escosteguy e Messa (2006, p. 65) diagnosticaram que “os vínculos entre a pesquisa de Comunicação e os estudos de gênero” eram “ainda pouco explorados”, a partir de um estudo das teses e dissertações que abordava essa interface nos programas de pós-graduação em Comunicação no país. Santo (2008, p. 317) também afirmara, em um estudo que levava em consideração a produção científica de 2000 a 2007, que “são poucos os pesquisadores que se interessam pela temática, apesar de todas as facetas dos estudos da informação terem implicações nas relações de gênero e vice-versa”. A temática do gênero, contudo, tem atraído olhares mais atentos nos últimos anos e o presente artigo busca mapear esse interesse a partir do recorte específico da intersecção entre os estudos de Comunicação e de masculinidades.

## Critérios de seleção

As revistas brasileiras cuja área-mãe é Comunicação e Informação e estão classificadas como A2 no sistema Qualis no período do quadriênio de 2013 a 2016 são as seguintes: *Matrizes*, *Intercom*, *Famecos*, *Em Questão*, *Galáxia*, *E-Compós* e *Comunicação, Mídia e Consumo*. Consideramos que os artigos publicados nessas revistas representam parte importante da produção científica brasileira qualificada, uma vez que essas revistas se enquadram nos estratos mais bem avaliados da área, de acordo com os critérios de qualidade editorial do Qualis periódico. Foram levados em consideração os artigos publicados de 2000 a 2019 nos números disponibilizados nos sites oficiais das revistas que continham discussões sobre masculinidades. Assim, consideramos o ano de fundação e os números disponibilizados nos sites, as revistas *Intercom*, *Famecos* e *Em Questão* foram estudadas desde o ano 2000; *Galáxia*, desde 2001; *E-Compós* e *Comunicação, Mídia e Consumo* desde 2004.

Como metodologia para recolhimento do *corpus*, foram pesquisadas, nas próprias bases de buscas dos periódicos, as palavras-chave “masculinidades”, “masculinidade”, “masculino” e “gênero”. Optamos, no presente artigo, em não partir de uma discussão preliminar sobre as noções de masculinidades uma vez que os próprios artigos analisados, conforme detalharemos a seguir, partem de premissas e proposições diversas para conceitualizar e discutir este termo. Não obstante a isso, podemos dizer que todos eles partem da perspectiva de discutir o que significa ser homem na contemporaneidade a partir de processos culturais, estéticos, semióticos e performativos (bem como de processos de violência simbólicas diversos, prejudiciais não apenas para as mulheres como também para os próprios homens) – e não como uma condição biológica inata. A partir dos resultados obtidos, foi feita uma triagem manual dos textos que discutiam especificamente questões de masculinidade nos estudos de Comunicação (posto que a busca pela palavra “gênero”, por exemplo, revelava artigos sobre gêneros midiáticos ou pesquisas sobre o gênero voltadas para o feminino. Esses artigos foram excluídos da seleção por não se adequarem aos objetivos do presente estudo). A partir desses critérios, foram encontrados um total de 24 artigos: 6 deles na revista *Comunicação, Mídia e Consumo*; 5 na *Famecos*; 4 na *E-Compós*; 4 na *Galáxia*; 3 na *Em Questão*, 2 na *Intercom*; e nenhum na revista *Matrizes*, no período analisado.

A partir da triagem inicial, foram observados tanto critérios formais quanto relativos aos conteúdos dos artigos. Assim, mapeamos os seguintes parâmetros: distribuição por ano, número de autores, filiação, distribuição regional, interfaces com o campo da Comunicação, índice de citações, metodologias utilizadas, articulação do referencial teórico em relação ao conceito de gênero e temas conexos.

## **Artigos científicos brasileiros sobre Comunicação e masculinidades: apresentação e discussão dos resultados**

A maior atenção dada pelo campo da Comunicação aos estudos de gênero nos últimos anos pode ser observada com clareza no mapeamento realizado. Na seleção proposta, se olharmos a distribuição dos artigos publicados ao longo dos anos, em 2000 temos 1 artigo que explora as interfaces entre Comunicação e masculinidades; 3 em 2008; 1 em 2009; 1 em 2011; 3 em 2012; 1 em 2014; 2 em 2016; 3 em 2017; 4 em 2018 e 5 em 2019. O primeiro dado relevante, portanto, refere-se ao fato de que o interesse sobre o tema das masculinidades aumentou nos últimos anos na área. De 2000 a 2007, apenas 1 artigo foi publicado sobre o tema. De 2008 a 2015, já é possível observar 9 artigos; e, de 2016 a 2019, 14 textos.

Quanto ao perfil dos pesquisadores, os 24 artigos encontrados são assinados por 37 autores (com recorrência de autoria em alguns desses artigos). Dentre eles, 51% são homens e 49% mulheres, todos de nacionalidade brasileira. Os pesquisadores que mais assinaram artigos sobre o tema foram Ronaldo Cesar Henn e Felipe Viero Kolinski Machado (que assinam 3 artigos cada um) e Vicente William da Silva Darde e Christian Gonzatti (com 2 artigos cada). Em relação à região de filiação dos autores, 11 textos são assinados por autores da região Sudeste; 10 textos da região Sul; 1 por autores da região Nordeste; 1 em coautoria de autores da região Nordeste/Sudeste; e 1 em coautoria Sul/Nordeste.

Os dados obtidos mostram que há uma divisão igualitária entre gêneros na autoria dos artigos sobre masculinidades publicados nas revistas brasileiras mais qualificadas de Comunicação. Tal dado contrasta com outras realidades de pesquisa: Zurbano-Berenguer *et al.* (2018), por exemplo, apontam que a maior parte dos estudos sobre gênero publicados em revistas de Comunicação espanholas no período de 1988 a 2017 foram assinados por mulheres. Há, contudo, uma predominância regional de autores da região Sul e Sudeste que, em conjunto, assinam 92% dos artigos publicados sobre Comunicação e masculinidades.

É possível observar, também, a constituição de uma rede de pesquisadores sobre o tema, posto que o autor mais citado, Felipe Viero Kolinski Machado, defendeu tese sobre a questão (masculinidades em revista) em 2017. Ronaldo Henn, autor igualmente mais citado, foi orientador do trabalho em questão. Christian Gonzatti desenvolveu dissertação de mestrado e tese de doutorado sobre questões de gênero, ambos sob orientação de Ronaldo Henn – e os três autores escreveram artigos em coautoria entre eles.

No que se refere às temáticas dos artigos, as interfaces dos estudos sobre masculinidade com o campo da Comunicação são variadas, com uma predominância dos estudos na área do audiovisual: dentre os artigos analisados, 9 fazem interface com esse campo. Ele é seguido de longe pelas demais áreas, como Jornalismo (3 artigos), Publicidade (3), estudos de redes sociais (2), Música (2) e Literatura (2). Na sequência, temos estudos na área de Ciências da Informação (com 1 artigo), comportamentos de consumo (1) e religião (1).

Um dado que dá a dimensão da importância dos artigos analisados em relação ao campo refere-se ao diálogo que eles estabelecem com outros textos sobre a mesma temática, a partir das citações em outras revistas da área. No que se refere a esse aspecto, é possível observar que são artigos bastante citados em outras publicações. Dentre os textos analisados, o artigo mais citado é de autoria de Darde (2008), “A construção de sentidos sobre a homossexualidade na mídia brasileira”, com 30 citações, segundo compilação do índice H, do Google<sup>1</sup>. Ele é seguido pelos textos “Os estudos de gênero na Ciência da Informação”, de Santo (2008), com 13 citações; e “Som de cabra macho: sonoridade, nordestinidade e masculinidades no forró”, de Trotta (2012), e “Performances de masculinidade, práticas de subversão: o consumo de telefones celulares entre jovens de camadas populares”, de Silva (2012), com 10 citações cada. Além desses, 25% dos artigos receberam ao menos cinco citações, de acordo com a compilação do índice H, e 25% ao menos uma citação. 29% dos artigos não possuem citação alguma – e todos eles foram publicados em anos recentes (2018 ou 2019), de forma que o pouco tempo de circulação desses artigos na comunidade científica é um fator a ser considerado para a baixa citação. Em conjunto, esses dados indicam que não se trata de artigos com discussões isoladas, mas, sim, que estabelecem diálogos vivos dentro do campo. Há, ainda, um espaço de diálogo interessante entre os autores que estudam a temática, pois, além das citações, é possível observar, como mostraremos a seguir, que, entre os autores mais citados nos artigos estudados, há uma quantidade expressiva de brasileiros.

A partir desses dados gerais, podemos observar questões de conteúdo mais específicas dos artigos selecionados, com o objetivo de investigar as linhas teóricas e metodológicas mais frequentes.

Há uma recorrência temática importante no que se refere aos estudos de masculinidades na Comunicação: 12 dos 24 artigos abordam a temática a partir dos espaços de aparição e circulação das relações homoafetivas e das representações midiáticas da homoafetividade e/ou da travestilidade. É o caso do artigo de Zago e Santos (2014), que analisa textos e fotografias publicados em um site de namoro para o público de homens gays com o objetivo de observar as formas de subjetivação a partir da corporalidade nesses espaços. O artigo “Documentário Queer no Sul do Brasil: apontamentos gerais”, de Marconi e Tomaim (2016), analisa as representações LGBT no cinema documentário, buscando compreender em que medida tais filmes partilham de narrativas/estéticas queer. O texto “O Queen, a queen: controvérsias sobre gêneros e performances”, de Amaral, Monteiro e Soares (2017), estuda performances de artistas musicais com o objetivo de mapear como as questões de gênero, com foco nas

---

1 “O índice H de um pesquisador é definido com o número de artigos publicados pelo pesquisador, os quais obtenham citações maiores ou iguais a esse número. Por exemplo, quando dizemos que o índice H de um pesquisador é dez, significa que ele tem, pelo menos, dez artigos publicados, cada um deles com, pelo menos, dez citações. Quanto maior o número de artigos de grande interesse publicado pelo pesquisador, maior será o número de citações alcançadas, e maior será seu índice H, refletindo a qualidade acadêmico-científica do pesquisador e sua capacidade produtiva. Entretanto, apenas o número total de artigos, por exemplo, pode mascarar a falta de relevância de cada texto, isoladamente. Podemos assim dizer que o índice H é o resultado do equilíbrio entre o número de publicações e o número de citações” (THOMAZ *et al.*, 2011, p. 90).

masculinidades não-hegemônicas, podem ser importantes ferramentas para pensar a construção do valor na música pop. Também Colling e Pirajá (2011) discutem, em “Queridas, mas nem tanto: a representação da travestilidade em Queridos Amigos”, as representações midiáticas de sexualidades dissidentes.

Outro dado recorrente interessante refere-se ao fato de que a maior parte dos estudos se concentra na instância comunicacional da produção, especialmente no que diz respeito às midiatisações das masculinidades, em 87,5% dos textos. É o caso do artigo de Trotta (2012), que analisa as complexidades da construção da identidade nordestina a partir de sonoridades assumidas coletivamente como características, dentre elas, a mediação de valores de masculinidades. Castellano (2019) analisa o discurso sobre identidade de gênero em livros de aconselhamento para pais, no artigo “Criando gênero: o discurso sobre criação de meninos e meninas na autoajuda de aconselhamento parental”. A instância da produção também é analisada no artigo de Darde (2009), em que o autor analisa o fato de que, nas rotinas jornalísticas, a partir dos constrangimentos de tempo e espaço, as representações das masculinidades são fundamentadas na heteronormatividade, reduzindo-as a versões simplificadas sobre o que significa ser homem. Por fim, em “Corpos e ‘modelos’ de masculinidades: o foco nas mídias”, Vitelli (2019) mapeia a pluralidade de protótipos masculinos presentes nos meios de comunicação, demarcando superfícies de emergência de diferentes masculinidades.

Os estudos de recepção estão presentes em alguns textos, como o de Silva (2012), em que, a partir de uma abordagem etnográfica, é discutido o papel do consumo de telefones celulares na construção e expressão de subjetividades entre jovens do sexo masculino. Henn e Dias (2019) estudam a instância da recepção a partir da análise de comentários de leitores em reportagens sobre um crime contra uma pessoa não binária, buscando as concepções de gênero implicadas nesses relatos. O enfoque na recepção, contudo, está presente em menos artigos sobre a temática (12,5% dos textos analisados).

Tal direcionamento temático em direção às formas de mediações dos discursos de masculinidades nos meios de comunicação vem acompanhado de um enfoque metodológico específico: a Análise do Discurso é utilizada como opção metodológica em metade dos artigos analisados. Ela é seguida pelos estudos semióticos, em 17% dos textos, o que revela uma primazia de interpretação de dados pelo viés da linguagem. Ainda é possível observar a análise etnográfica em 4% dos artigos e a revisão de literatura como metodologia principal em 8% deles. Em 20% dos artigos, não é explicitado um campo metodológico específico.

As recorrências temáticas e metodológicas encontradas apontam aspectos importantes da produção científica brasileira sobre comunicação e masculinidades, especialmente quando tensionadas com os marcos teóricos mais frequentemente citados pelos autores em questão. A lista de referências bibliográficas citadas por todos os textos estudados perfaz um conjunto de 579 entradas de títulos de livros e artigos científicos. Foram excluídas dessa lista referências a notícias, reportagens ou artigos não científicos. Para a análise dos autores mais citados, foram considerados, a partir dessa listagem inicial, os autores que tiveram ao menos 3 entradas

bibliográficas em dois artigos diferentes. Por entrada bibliográfica, é considerada cada vez que um livro de um mesmo autor é citado em artigos diferentes, de forma que, caso um mesmo livro tenha sido citado em dois artigos diferentes, contabilizamos duas entradas bibliográficas. Com isso, pretendemos excluir as temáticas específicas de cada artigo (como jornalismo ou cinema) para que possamos enxergar os campos comuns de convergência teórica relacionadas à questão do gênero e das masculinidades<sup>2</sup>.

A autora mais citada, dentre a listagem obtida, é Judith Butler, com 20 entradas, seguida por Michel Foucault, com 16. Trata-se de um dado pertinente, posto que revela que o entendimento do gênero enquanto ato performativo é consolidado nos estudos da área. Dizer que o gênero é performativo é, primeiramente, posicionar-se contra um entendimento comum que substituiu o determinismo biológico pelo determinismo cultural nos estudos de gênero. Ou seja, trata-se de entender o gênero como um certo tipo de representação cujo aparecimento não é dado simplesmente pelo nascimento, nem por uma vontade interna inerente do indivíduo, nem meramente por um conjunto de possibilidades antecipadas pela cultura. O gênero, nos artigos estudados, é entendido como ação, ou seja, como algo que se constrói à medida que se enuncia a partir da reiteração e repetição de atos que têm alguma correspondência com normas sociais e culturais. Tais normas, contudo, são também performativas, de forma que, entre os dois tipos ideais de gênero (masculino e feminino), existem sujeitos com performatividades de gênero oscilantes e não acabadas que se debatem com uma cultura em permanente mutação. As masculinidades, portanto, dialogam com esse entendimento a partir do qual o próprio corpo é linguagem. Em conjunto, os livros “Problemas de Gênero” e “Corpos que Importam” se tornam as referências mais presentes nos artigos estudados. Eles são citados nominalmente em 65% desses artigos.

Nesse sentido, chama a atenção a baixa citação de autores clássicos sobre gênero e masculinidades. O estudo clássico de Robert W. Connell sobre masculinidade hegemônica possui apenas seis entradas bibliográficas. Pierre Bourdieu e Simone de Beauvoir também são pouco citados, com, respectivamente, duas e uma entradas. Em algumas aparições, inclusive, tais autores são citados para serem negados, ou seja, para mostrar concepções de gênero não afins à discussão proposta nos artigos. A pouca referência a esses estudos clássicos aponta para uma rejeição de concepções mais essencialistas de gênero como “feminilidades” ou “masculinidades”. A concepção de masculinidades (ainda que no plural) se mostra insuficiente para os estudos da área – da mesma forma que o conceito de “feminilidade” nos estudos de gênero é tido como uma noção inadequada e redutora.

O conceito de masculinidade hegemônica de Connell tem, de fato, sofrido algumas revisões a partir do pressuposto de que ele carrega um padrão único de relações de poder

---

2 Além dos artigos listados nesta seção, os autores específicos do campo da comunicação mais citados foram os seguintes: Raquel Recuero (7 entradas bibliográficas), Henry Jenkins (7), Jesús Martín-Barbero (3), Adriana Amaral (3) e André Lemos (3). As discussões ensejadas, contudo, diziam respeito a questões específicas dos artigos estudados, não relacionadas às questões de gênero e masculinidades. Por isso, essas referências não foram consideradas na discussão do presente estudo.



(assentado na dominação da mulher pelo homem), ignorando, assim, outros aspectos da hierarquia de gêneros. O conceito também peca por apresentar uma terminologia classificatória de traços sobre os modos legitimados de ser homem, o que engessa sua conceituação (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013). Os artigos estudados incorporam tais críticas ao conceito de masculinidade hegemônica, tomando-o como um aspecto secundário e não estruturante de suas argumentações.

Os processos de subjetivação que envolvem o gênero nos artigos estudados, nesse sentido, são tomados a partir de uma perspectiva foucaultiana, adotada por Butler, a partir da qual, embora cada tempo histórico produza um tipo de sujeito possível, sustentado por formações discursivas diversas, tais sujeitos estão em constante embate com essas mesmas normas que precedem e excedem o sujeito. Assim, embora o indivíduo seja formado a partir dos efeitos coercitivos dos dispositivos disciplinares, ainda assim há uma reflexividade em relação às normas que redundam em formas de agenciamento diversas em relação a elas.

O pós-estruturalismo é um arcabouço teórico predominante nos artigos, o que pode ser observado a partir de outros autores citados com frequência: Gilles Deleuze (com 5 entradas bibliográficas), Roland Barthes (3) e Felix Guattari (3). O gênero, a partir da perspectiva pós-estruturalista, rejeita a noção de sujeito universal e entende que o sujeito se constrói a partir de significados culturais marcados por relações de poder. O binarismo genérico, nesses termos, cede espaço às pluralidades e diversidades. A interface de estudos “Comunicação e Gênero” posta a partir desse entendimento refere-se à análise das práticas, instituições e discursos que conformam registros de masculinidades ao mesmo tempo que conformam novas formas de ser do sujeito. A abordagem prevalecte dos artigos refere-se às formas de subjetivação dos indivíduos e suas discursividades. A discussão sobre a identidade como processo, nesse sentido, também é destacada nos estudos. Somam-se, portanto, à discussão de gênero, reflexões sobre questões de identidade, especialmente embasadas a partir de Stuart Hall, com 8 entradas bibliográficas.

A corporalidade é, também, um importante eixo temático de acesso às masculinidades nos artigos, de forma que essa discussão está presente em 33% dos textos. O debate sobre a corporalidade, assim como o de gênero, é endereçado pelo viés da linguagem e do discurso. Além dos autores de linguagem já citados, é marcante a reiteração de Iuri Lottman nas discussões, com 4 entradas bibliográficas, o que marca o fato de que os entendimentos sobre gênero e corpo estão urdidos a processos de codificação, decodificação, tradução, permanência, transmissão e exclusão de signos, códigos e textos nas ambiências comunicacionais.

Outra pesquisadora bastante citada nas discussões sobre corporalidade é Paula Sibilia, com 4 entradas bibliográficas. O seu texto mais citado nos artigos estudados é “O corpo velho como uma imagem com falhas”. Nas palavras da autora, “na era do ‘culto ao corpo’ e da espetacularização da sociedade, instados a se converter em imagens com contornos bem definidos, os corpos humanos são desencantados de suas potências simbólicas para além dos códigos da ‘boa aparência’” (SIBILIA, 2012, p. 83). Ou seja, a autora toma a corporalidade



construída nas ambiências comunicacionais como código e como potência simbólica, em uma perspectiva consonante com a dos artigos estudados.

Além destes, outros autores mais citados no eixo de discussões sobre gênero são: Ronaldo Henn (16 entradas), Guacira Lopes Louro (10), Paul B. Preciado (6), Joan Scott (4) e Édison Gastaldo (3). São autores que corroboram a noção de que o gênero é tanto cultural quanto performativamente construído, alinhado à proposta de que o sujeito negocia com as normatividades de gênero em exercícios de agenciamento. São também autores que articulam propostas sobre as relações de poder que se articulam às representações de gênero.

Para Louro (2008, p. 17), por exemplo, em um dos textos mais citados nos artigos estudados, as instâncias de aprendizagem e práticas que constroem o gênero multiplicaram-se “e seus ditames são, muitas vezes, distintos. Nesse embate cultural, torna-se necessário observar os modos como se constrói e se reconstrói a posição da normalidade e a posição da diferença, e os significados que lhes são atribuídos”. Preciado (2014) irá pensar sobre os modos como as estruturas econômicas e políticas de poder influenciam as experiências subjetivas de gênero e a maneira como vive-se o corpo, bem como as diversas formas de performatividade para além do binarismo genérico. Também para Scott (1995, p. 84), “temos necessidade de uma rejeição do caráter fixo e permanente da oposição binária, de uma historicização e de uma desconstrução genuínas dos termos da diferença sexual”, de forma que “se utilizamos a definição de desconstrução de Jacques Derrida, essa crítica significa analisar” a forma pela qual “opera qualquer oposição binária, revertendo e deslocando sua construção hierárquica, em vez de aceitá-la como real ou autoevidente ou como fazendo parte da natureza das coisas”. Ou seja, são todas referências que têm a desconstrução do binarismo e de suas estruturas de poder como centralidade argumentativa e preocupação de pesquisa.

Posto que a teoria *queer* é uma interface importante das reflexões sobre masculinidades nos artigos estudados, destacam-se, nesse sentido, as referências a Richard Miskolci (6), Adrienne Rich (5), Leandro Colling (3), Larissa Pelúcio (3) e Eve Kosofsky Sedgwick (3). São também referências em que o binarismo de gênero é refutado e as instâncias discursivas e de poder de definição das sexualidades no âmbito social ganham o primeiro plano da análise. São teorizações cuja instância da resistência aos mecanismos de poder está em primeiro plano.

Para Miskolci (2012, s.p.), por exemplo, “a sexualidade, compreendida como um aparato, permitiu que o Estado e as instituições nos controlassem por meio daquilo que Foucault denominou ‘pedagogização do sexo’” e a proposta *queer* é de justamente superar essas instâncias “e transformar a posição da educação não mais como subserviente aos interesses estatais e biopolíticos, mas muito mais comprometida com as demandas da sociedade civil”. Para Pelúcio (2014, p. 21), a teoria *queer* “se inventa a partir de questões próprias de nossa experiência marginal”, de forma que “a construção dos sujeitos abjetos é marcada por discursos de poder nos quais as experiências de exclusão estão referidas a processos históricos que marcam subjetividades”. Também em Sedgwick (2007, p. 26), em “A epistemologia do armário”, é possível ler que “o armário é a estrutura definidora da opressão gay no século XX”, muito

embora “a própria cognição, a própria sexualidade e a própria transgressão sempre estiveram prontas na cultura ocidental para serem magnetizadas num alinhamento resistente, ainda que não sem fissuras”.

A proposta de observar os artigos publicados não a partir de suas particularidades, mas, sim, do que eles compartilham em suas argumentações é interessante porque revela pontos importantes da produção qualificada em Comunicação sobre masculinidades. O cruzamento entre os principais aportes teórico-metodológicos aludidos pelos autores revela que a pesquisa entre Comunicação e masculinidades se articula, fundamentalmente, a partir de uma visada às resistências comunicacionais em relação às estruturas normativas de gênero.

Se dividirmos os artigos analisados em relação àqueles que estudam os mecanismos comunicacionais que mediam relações de hegemonia de gênero e aqueles que mediam ações de resistência aos padrões hegemônicos de gênero, observaremos que o primeiro eixo (o estudo das hegemonias) é um recorte adotado por 40% dos artigos; o segundo (das resistências às hegemonias) é um afinilamento temático proposto por 60% deles. A atenção às resistências em relação às masculinidades hegemônicas é um recorte adotado pela maior parte dos textos, com uma atenção menor dada para a descrição dos mecanismos comunicacionais a partir dos quais as masculinidades estereotípicas tradicionais estão alicerçadas. E, mesmo entre estes artigos, tais masculinidades são observadas sob um viés crítico, que busca descrever estruturas tradicionais com a proposta de problematizar a sua naturalização.

A perspectiva da resistência fica clara nos trechos que seguem, retirados dos artigos analisados. Em “K.O.: O nocaute remix da drag Pablllo Vittar”, Rocha e Postinguel (2017, p. 2) descrevem que, nas apresentações da artista, “sua performance pop, lascívia sedutora que confronta e convida, opera, desde o terreno do entretenimento, questionamentos frontais e astutos à dominação masculina e do masculino” e também “denuncia o próprio olhar como instrumento de dominação”. Por isso, Vittar “foge dos ‘condomínios’” ao “romper com as heranças da modernidade e localizar na indeterminação o foco e o polo da subjetivação possível”. Em “Todos nascemos nus e o resto é drag”, Henn, Machado e Gonzatti (2019, p. 218) afirmam que o programa televisivo RuPaul’s Drag Race transpõe as fronteiras da hetenormatividade em uma complexa articulação de códigos, em que “performances do self podem se constituir em fluxos de múltiplas possibilidades” e “engendram aquilo que designamos como semiodiversidade (...), ou seja, a convivência de uma vasta diversidade de signos culturais de expressão do self”. Também Gutman, Mota Junior e Silva (2019, p. 76) observam que o corpo midiático pode ser um “dispositivo de reflexão sobre masculinidades, feminilidades e seus trânsitos”. Assim, “pelo reconhecimento do próprio interlocutor” se cria “uma ‘energia’ de mediação (interações, discussões, apoio às causas identitárias, partilha, engajamento)” que “como paisagens afetivas” dão visibilidade a corpos que “estão engajados e materializam-se politicamente, reafirmando possibilidades outras de expressão de identidades” (GUTMAN; MOTA JUNIOR; SILVA, 2019, p. 76).

Mesmo nos artigos que se concentram nos aspectos concernentes às masculinidades hegemônicas, uma perspectiva de mudança e resistência está presente. Muito embora Darde (2008, p. 233) ateste que a representação de casais gays ainda “se dá numa perspectiva que tende a enquadrá-los numa norma, a heteronormatividade, capaz de lhes conferir legitimidade para serem retratados pela mídia”, o autor também aponta possibilidades de mudanças nessas configurações ao sugerir que “a busca pelo reconhecimento social, amparada num discurso de conquista da cidadania, será bem sucedida quando a imprensa” ressignificar “o caráter arbitrário da cultura dominante na sociedade brasileira em culturas paralelas entendidas como diversidade”.

A articulação de um entendimento do gênero a partir de uma perspectiva relacional, não binária, culturalmente marcada e performativamente agenciada nos sujeitos implica também em uma visada específica sobre a comunicação. Os próprios meios são pensados, na maior parte desses artigos, como uma instância em que a resistência a padrões hegemônicos é possível, em que outras visibilidades podem ser articuladas e a pluralização de formas de vida, valorizadas. As tecnologias comunicacionais são recortadas sob o viés dos embates de força que articulam as produções e, portanto, como um espaço de luta por representação e de modulação de identidades. Trata-se, afinal, de uma visão esperançosa sobre o papel social dos meios de comunicação de massa que, para além de materializações do viés hegemônico, podem possibilitar formas plurais de expressão das masculinidades.

## Considerações Finais

O recorte analisado permite observar um aumento na publicação de artigos em revistas qualificadas que estudam a interface comunicação e masculinidades, especialmente nos últimos anos observados pela pesquisa (2017 e 2019), com uma produção mais expressiva do que no período anterior (2000-2017). Também é possível observar a concentração da publicação desse tipo de produção em filiações institucionais do Sul e do Sudeste do Brasil. Em relação às temáticas, os artigos fazem interface com campos diversos da Comunicação, com uma predominância do campo audiovisual e, em grande parte deles, é possível observar preocupações com as questões de reconhecimento LGBTQ+, com as políticas de visibilidade, com as questões representacionais, com as performances e performatividades do corpo e das corporalidades midiáticas como discussões que se repetem nos artigos que compõem o *corpus*. O viés teórico pós-estruturalista em relação às formas de subjetivação a partir do gênero é preponderante nas análises e os estudos discursivos fornecem os emolduramentos metodológicos para a maior parte dos artigos.

O entrecruzamento entre as referências bibliográficas mais citadas nesses textos fornece dados relevantes sobre a produção da área, porque mostra que os objetos de estudo dissensuais são privilegiados na análise, a partir de uma postura de resistência a padrões binários e

hegemônicos de gênero. Isso é relevante na medida em que os meios de comunicação, nesses estudos, não são vistos apenas como uma instância a partir da qual são mediados ideais de masculinidade hegemônica ou tóxica, mas, sobretudo, como um campo de embate discursivo em que formas plurais de masculinidade podem emergir e se consolidar. Durante muito tempo, os estudos do campo da Comunicação privilegiaram visões teóricas a partir das quais os meios de comunicação de massa, quando não abertamente mal-intencionados e manipulativos, ao menos mediavam relações de poder do campo hegemônico, com pouco espaço para a resistência ou para a pluralidade de visões de mundo. Nos estudos mais recentes sobre masculinidades na Comunicação, tal abordagem fica em segundo plano e ganham primazia os estudos que não apenas entendem o gênero de forma plural, mas também a própria comunicação como um espaço aberto, problemático, difuso e com diferentes atores sociais em conflito.

Assim como em relação ao gênero, a própria comunicação é vista como um campo que não pode ser apartado das normatividades sociais, mas que, ao mesmo tempo, também não cede completamente a essas normatividades hegemônicas. Na maior parte dos textos analisados, os meios de comunicação de massa estabelecem uma relação complexa com o entorno cultural e social, na medida em que eles *deliberam* com as normas, o que leva a uma compreensão crítica da gênese social da comunicação e seus significados coletivos. Os meios de comunicação, nessa perspectiva teórica adotada pelos textos em questão, dialogam com formas de verdade que enquadram as formas de ser que serão ou não reconhecíveis (como pontos de referência importantes que governam as produções midiáticas), mas, ao mesmo tempo, tais normatividades são propostas como também performativas e em mutação constante. Assim como em Butler (2017, p. 37), as próprias normas pelas quais o reconhecimento opera “funcionam uma vez que são sociais e excedem cada troca diádica que condicionam”. E, assim, sua sociabilidade “não pode ser entendida como totalidade estruturalista, tampouco como invariabilidade transcendental ou quase-transcendental”. A comunicação é vista como um ator importante no diálogo social com esses horizontes normativos e nas condições de legitimação dos regimes de verdade.

Os estudos de gênero, assim, acrescentam não apenas uma temática pertinente para as pesquisas em Comunicação, como também uma visada teórica sobre os próprios meios que pode acrescentar elementos importantes para os estudos do campo de uma forma geral, ao entender as normatividades que estruturam o campo como performativas, inacabadas e plurais.

## Referências

AMARAL, A.; MONTEIRO, C.; SOARES, T. O Queen, a Queen: controvérsias sobre gêneros e performances. *Famecos*, v. 24, n. 1, 2017.

BUTLER, J. *Relatar a si mesmo*. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

CASTELLANO, M. Criando gênero: o discurso sobre criação de meninos e meninas na autoajuda de aconselhamento parental. *E-Compós*, v. 22, n.1, 2019.

- COLLING, L.; PIRAJÁ, T. C. Queridas, mas nem tanto: a representação da travestilidade em Queridos Amigos. **Famecos**, v. 8, n. 2, 2011, p. 507-528.
- CONNELL, R. W.; MESSERCHMIDT, J. W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v.21, n. 1 p. 241-282, 2013.
- DARDE, V. W. S. A construção de sentidos sobre a homossexualidade na mídia brasileira. **Em Questão**, v. 14, n. 2, 2008.
- DARDE, V. W. S. O padrão normativo na notícia: uma reflexão sobre as representações das masculinidades no discurso jornalístico. **Galáxia**, v. 1, n. 18, p. 194-203, 2009.
- ESCOSTEGUY, A. C.; MESSA, M. R. Os estudos de gênero na pesquisa em comunicação no Brasil. **Contemporânea**, v. 4, n. 2, p. 65-82, 2006.
- GUTMANN, J.; MOTA JUNIOR, E.; SILVA, F. M. Gênero midiático, performance e corpos em trânsito: uma análise sobre dissidências da conversação televisiva em canais no YouTube. **Galáxia**, v. 1, n. 42, p. 74-86, 2019.
- HENN, R. C.; DIAS, M. “Se ela é não-binária, por que se referem no feminino?”: um corpo estranho em disputa. **Famecos**, v. 26, n. 3, 2019.
- HENN, R. C.; MACHADO, F. V. K.; GONZATTI, C. Todos nascemos nus e o resto é drag: performatividade dos corpos construídos em sites de redes sociais. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comum.**, v. 42, n. 3, p. 201-220, 2019.
- LOURO, G. L. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. **Pro-posições**, v. 19, n. 2, p. 17-23, 2008.
- MARCONI, D.; TOMAIM, C. S. Documentário Queer no Sul do Brasil: apontamentos gerais. **E-Compós**, v. 19, n. 2, 2016.
- MISKOLCI, R. **Teoria Queer**. São Paulo: Cadernos da Diversidade, 2012.
- PELUCIO, L. Traduções e torções ou o que se quer dizer quando dizemos queer no Brasil? **Periódicus**, v. 1, n. 1, 2014.
- PRECIADO, B. P. **Manifesto Contrassexual**. São Paulo: n-1 edições, 2014.
- ROCHA, R. M.; POSTINGUEL, D. K.O.: O nocaute remix da drag Pablllo Vittar. **E-Compós**, v. 20, n.3, 2017.
- SANTO, P. E. Os estudos de gênero na Ciência da Informação. **Em Questão**, v. 14, n. 2, 2008.
- SEDGWICK, E. K. A epistemologia do armário. **Cadernos Pagu**, n. 28, p. 19-54, 2007.
- SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**, v. 20, n. 2, p. 71-99, 1995.
- SIBILIA, P. O corpo velho como uma imagem com falhas: a moral da pele lisa e a censura midiática da velhice. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 9, n. 26, p. 83-114, 2012.
- SILVA, S. R. Performances de masculinidade, práticas de subversão: o consumo de telefones celulares entre jovens de camadas populares. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 9, n. 26, p. 61-82, 2012.
- THOMAZ, P. G. et al. Uso do Fator de Impacto e do Índice H para avaliar pesquisadores e publicações. **Arq. Bras. Cardiol.**, v. 96, n. 2, 2011.
- TROTTA, F. Som de cabra macho: sonoridade, nordestinidade e masculinidades no forró. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 9, n. 26, p. 151-172, 2012.
- VITELLI, C. Corpos e modelos de masculinidades: o foco nas mídias. **Famecos**, v. 19, n. 2, p. 355-372, 2019.
- ZAGO, L. F.; SANTOS, L. H. S. Os Retratos de Dorian G(r)ay – corpo, imagem e subjetividade em um site de relacionamentos. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v.11, n. 32, p. 93-117, 2014.

ZURBANO-BERENGUER, B. et al. Gender studies in communication research: a longitudinal analysis of scientific papers published in spanish journals indexed in the journal citation reports (jcr) and the scimago journal rank (sjr) (1988–2017). **Journal of Research in Gender Studies**, v. 8, n. 2, p. 169-200, 2018.

### **Sobre a autora**

*Eliza Bachega Casadei*

Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo (PPGCOM-ESPM). Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. E-mail: elizacasadei@yahoo.com.br.

### **Conflito de interesse**

Não há conflito de interesse a declarar.

### **Dados editoriais**

Recebido em: 16/09/2020

Aprovado em: 18/02/2022

Editora responsável: Maria Ataíde Malcher

Assistente editorial: Weverton Raiol

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC), que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que sem fins comerciais e que o trabalho original seja corretamente citado.

