

Masculinidades Negras Homoafetivas, *Instagram* e Produção de Subjetividades: uma proposta de pesquisa ¹

Geovane PEREIRA²

Monalisa Pontes XAVIER³

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

Este texto apresenta discussões iniciais de uma pesquisa de Mestrado em processo de construção, cuja principal temática se debruça sobre as masculinidades negras homoafetivas no *Instagram*⁴. À princípio, compreende-se a contemporaneidade como lugar de (de)continuidade e de processos históricos, culturais e sociais. Sabendo disso, me direciono às redes sociais digitais, como o *Instagram*, como dispositivos de sociabilidades, práticas comunicacionais e processos de subjetivação. O objetivo geral é: cartografar modos de produção de masculinidades negras homoafetivas no *Instagram* (território-objeto). Para tal, adoto a *hashtag* “#negrogay” como caminho para construir os registros para análises. Optei pelo uso do mecanismo *hashtag* por dois motivos gerais. O primeiro pela possibilidade de explorar múltiplas e periódicas postagens, compartilhadas por usuários do *Instagram* que tornam suas contas públicas. Já o segundo, pela possibilidade de usar os descritores: negro + gay, os quais norteiam o tema da investigação. Sigo a orientação metodológica da Cartografia, formulada por Deleuze e Guattari (2011), como caminho para aplicação de estratégias metodológicas e análises. A Cartografia se baseia em uma visão geográfica do conhecimento. Deleuze e Guattari (2011) propõem um deslocamento da ideia de fixação e olhar histórico para construir conhecimentos para uma percepção de multiplicidades e heterogeneidades nos modos de

¹ Trabalho apresentado na DT 7 - Comunicação, Espaço e Cidadania do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPI, email: geovane@ufpi.edu.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Psicologia da UFDPAr e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPI, email: monalisapx@gmail.com.

⁴ *Instagram* é uma rede social digital criada em 2010. Essa rede social se estrutura por meio do uso de um aplicativo e uso de internet, que oferece uma lógica de compartilhamento de imagens (incluindo vídeos). Neste dispositivo de comunicação, os sujeitos interagem por meio do ato de seguir uns aos outros e criar vínculos por meio do ato de acompanhar a vida um dos outros por meios dos mecanismos do *Instagram*: publicação, curtida, comentar, explorar (navegador do *Instagram*), guardar e compartilhar imagens e vídeos.

aprender, fazer e construir conhecimentos a partir de processos e dos espaços (o psi, o social, o cultural se constituem enquanto espaços cartografáveis). Conforme Kastrup e Barros (2020, p. 76): “os fenômenos de produção da subjetividade possuem como características o movimento, a transformação, a processualidade. Por tal natureza, a subjetividade é refratária a um método de investigação que vise representar um objeto e requer um método capaz de acompanhar o processo em curso.” Sendo assim, vejo a viabilidade entre a temática, a proposta de pesquisa e o observável: aplicações metodológicas como registros do território; capturas do material veiculado a *hashtag* e diário de campo. Por se tratar de um campo de estudo em desenvolvimento, masculinidades negras, entendo a necessidade de me apropriar de discussões sobre masculinidades sob a luz da interseccionalidade, conceito forjado por intelectuais negras, como Crenshaw (2002). A pensadora negra norte-americana é reconhecida por sistematizar tal conceito sob o viés dos Direitos Humanos ao analisar casos em que múltiplos marcadores, como raça, gênero, classe, entre outros, implicam sobre a realidade de mulheres negras. Segundo Crenshaw (2002, p. 178): “a interseccionalidade é uma conceitualização do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação”. No Brasil, as intelectuais negras, Gonzalez (1984) e Carneiro (2019), mesmo sem nomear o termo interseccionalidade, já identificavam e discutiam sobre os atravessamentos do racismo e sexismo sofridos por mulheres negras, os quais as condicionam histórica, cultural, social, econômica e simbolicamente à subalternização da posição dessas mulheres no contexto brasileiro. De tal modo, me aproprio das discussões dessas autoras, pautando o contexto sócio-histórico e cultural do Brasil, marcado por avenidas de opressões, que afetam, sobretudo, pessoas negras e indígenas, para discutir os marcadores raça, gênero e sexualidade que produzem masculinidades negras homoafetivas sem hierarquizar ou dissociar a composição que constituem as práticas e significações sobre ser homem negro. A respeito de masculinidades, compartilho da visão de Connell (1995), que ao discutir sobre masculinidades sob uma ótica global, sinaliza que não existe uma masculinidade, mas sim masculinidades, as quais são produzidas sobre condicionamentos e estruturas sociais, históricas, culturais e econômicas. Esses elementos direcionam a constituição de um modelo de masculinidade “padrão” e masculinidades marginais em torno dessa padronização, constituindo relações que as aproximam, as absorvem ou as distanciam a

partir do modelo que exerce a dominação. Connell (1995, p. 188) define que: “a masculinidade é uma configuração de prática em torno da posição dos homens na estrutura das relações de gênero.” Dantas (1997) e Bento (2015) refletem sobre masculinidade próximo a Connell (1995) entendendo a complexidade em torno da produção das masculinidades, pautando o cenário brasileiro. Embora o autor e autora não centralizem suas reflexões sobre masculinidades marginalizadas, trazem apontamentos sobre a ideia da masculinidade ligada à sexualidade, no caso, a homossexualidade e/ou a posição sexual de “passivo”, como um marcador que (des)configura a construção do masculino e da masculinidade. Dada as discussões sobre interseccionalidade e masculinidades, entendo que práticas e processos que significam e constituem as masculinidades de homens negros LGBTQIAP+⁵ são construídos pela confluência/divergência de diversos marcadores, como raça e sexualidade, que agem como vetores de subjetivação. Por subjetividade, entendo processos plurideterminados de enunciações coletivas, que são constituídas aquém e além dos sujeitos. Estas se organizam de maneiras maquínicas e por dispositivos, ou seja, processos de subjetivação, nos quais ocorrem agenciamentos de práticas de si e coletivas, políticos, culturais, econômicos, jurídicos, produzindo modos ver, agir e ser sobre o mundo (GUATTARI & ROLNIK, 1996; DELEUZE & GUATTARI, 2011; BRUNO, 2013). Para pensar o *Instagram* como um dispositivo de comunicação dialogo com Bruno (2013). A autora discute sobre dispositivos de comunicação e a relação de visibilidade/vigilância (a partir de conceitos foucaultianos) na contemporaneidade, como produtores de modos de ver e ser. Segundo Bruno (2013), a vigilância, tecnologia e subjetividades atuam de maneira indissociáveis nos modos de funcionamento de processos de sociabilidades. “Ser visto e ser vigiado, assim como ver e vigiar, são progressivamente incorporados no repertório perceptivo, afetivo, atencional, social, e associados a processos de prazer, diversão, sociabilidade” (BRUNO, 2013, p. 47). Isso gera múltiplas formas e significações do poder de visibilidade de muitos poderem ver muitos, trazendo um deslocamento da ideia de linearidade do controle nos modos que partem das instituições, técnicas e grupos hegemônicos para condicionar comportamentos, práticas sociais e subjetividades. Sobre esse deslocamento, Bruno (2013, p. 59) faz uma ressalva, “contudo, se permanece

⁵ Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis/Transexuais/Transgênero, *Queer*/Questionando, Intersexo, Assexuais/Arromânticas/Agênero, Panssexuais/Polissexuais, Não-binárias e mais expressões/orientações.

presente esta íntima relação entre a produção de subjetividade e a exposição do indivíduo comum à visibilidade.” Desse modo, compreendo o *Instagram* enquanto um dispositivo de comunicação que possibilita a vetorização e produção de práticas e processos de sociabilidades e subjetivação. Sendo assim, tomo o *Instagram* como território-objeto, no qual estou cartografando processos de produção de masculinidades negras homoafetivas a partir de publicações vinculadas a *hashtag* “#negrogay”. Minha pesquisa ainda está em curso, a habitação no território⁶ me possibilitou realizar observações iniciais⁷. Uma das primeiras descrições sobre o tipo de material veiculado a “#negrogay” é o uso predominante de fotografias estilo *self*. Isso me conduz a uma pista de agenciamento de autorreferência. Ainda sobre as descrições do material é observável uma exposição de corpos de homens negros (magros, gordos, musculosos, sendo o último biotipo mais frequente) semidesnudos (sem camisa e/ou com sunga ou cueca). Essa exposição pode indicar práticas relacionadas à sexualidade, como processos de “homossociabilidades”. Essa observação ganha mais corpo ao se relacionar com as legendas e comentários (processos de interação), que remetem a questões estéticas e do desejo. Um dos pontos que saiu do lugar da “naturalidade” e passou a ser uma observação significativa foram os múltiplos uso de *hashtags* (além a “#negrogay”) nas publicações. Tais como: #ursinho”, “#poc”, “#gayursinho”, “#bixapreta”, “#afeminada”, que remetem a termos e “classificações” de estereótipos da comunidade homoafetiva (marcador sexualidade). Outras *hashtags* como: “#negrolindo”, “#pretosnotopo”, “#negros” (marcador raça). Como também *hashtags*: “#gaycarioca”, “#gaysp”, “#gaydabahia”, “#gaybrasil” (marcador cultural). Esses processos de enunciação e interação me fazem perceber práticas que direcionam a constituição de relações afetivas/sexuais (sociabilidades), como também que orientam ao aspecto da confluência indissociável de orientação sexual, cultural e racialização. Assim, apreendo interseccionalidade presente nessas enunciações como agenciamentos de construção de masculinidades negras homoafetivas. Essas e outras

⁶ Após os primeiros meses de aulas teóricas, orientações e leituras, o projeto de pesquisa entrou em realinhamento (de abril a setembro de 2021) para o mais próximo de como se encontra atualmente. Iniciei o processo de acompanhar o território (a partir de outubro de 2021 e segue até o exato momento, março de 2022) e realizar a coleta de material e discussões (processos cartográficos) através das capturas de tela, diários de campo e discussões teóricas alinhadas ao objetivo da pesquisa.

⁷ Para este texto, em decorrência do seu formato, resumo, não será possível inserir o material registrado: capturas de tela e diários de campo, pela necessidade de espaço para exposição, contextualização e discussão.

questões serão discutidas e verificadas a partir do material coletado até o final do processo de pesquisa, com a entrega da dissertação (previsão da defesa: março de 2023).

PALAVRAS-CHAVE: Cartografia; Instagram; Interseccionalidade; Masculinidades negas; Subjetividades.

REFERÊNCIAS

BARROS, L. P., KASTRUP, V. Cartografar é acompanhar processos. In: **Pistas do método da cartografia: Pesquisa-intervenção e produção de subjetividade**. Organizadores: PASSOS, E. P., KASTRUP, V. & ESCÓSSIA, L. Porto Alegre: Sulina, 2020.

BENTO, B. **Homem não tece a dor: queixas e perplexidades masculinas**. 2. ed., Natal: EDUFRN, 2015.

BRUNO, F. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

CARNEIRO, S. **Escritos de uma vida**. São Paulo: Pólen Livros, 2019.

CONNELL, R. Políticas da masculinidade. In: **Revista Educação & Realidade**, v. 20, n. 2, p. 185-206, 1995.

CRENSHAW, K. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista Estudos Feministas**, v. 10, n. 1, p. 171-188, 2002.

DELEUZE, G., GUATTARI, F. **Mil platôs 1: capitalismo e esquizofrenia**. 2ª e.d., 4ª reimp. São Paulo: Editora 34, 2011.

GONZALEZ, L. Racismo e Sexismo na cultura brasileira. In: **Revista Ciências Sociais Hoje**, pp. 223-244, Anpocs, 1984.

GUATTARI, F., ROLNIK, S. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Ed. 4ª., Editora Vozes: Petrópolis, 1996.

DANTAS, B. M. **O masculino na mídia**. Repertórios sobre masculinidade na propaganda televisiva brasileira. Pontifícia Universidade Católica. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social), São Paulo, 1997.