

Impactos da mídia na construção da masculinidade bissexual: panorama de pesquisas na *Web of Science*

Carlos Eduardo Franciscato¹

Resumo: Este trabalho oferece um balanço de estudos acadêmicos que têm se dedicado a entender a mídia como ator relevante na configuração de identidades de gênero e sexual em torno da “masculinidade bissexual”. O objeto desta análise foram artigos científicos recolhidos na plataforma *Web of Science*. Com base em uma busca utilizando os temas bissexualidade, masculinidade e mídia, foi composto um conjunto de 183 textos que, quando aplicado a um recorte efetivamente midiático-comunicacional, configurou uma amostra final de 24 artigos. Dois tipos de formulações foram alcançadas: a primeira foi a produção de um quadro de categorias sobre a bissexualidade em geral e a masculina, extraídas de literatura de referência e verificadas nos artigos científicos em análise. A segunda consistiu na percepção da participação da mídia na construção de identidades e no suporte à visibilidade ou, em sentido reverso, na construção de preconceitos e de invisibilidade. Como principal resultado, foi estudada a formação de uma nova ambiência sociotécnica dos dispositivos midiáticos em redes digitais e suas formas de atuação na constituição de uma identidade de gênero denominada como “masculinidade bissexual”.

Palavras-chave: Mídia. Bissexualidade. Masculinidade. Ambiência sociotécnica. Web of Science.

¹ Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Professor da Universidade Federal de Sergipe. E-mail: franciscato@academico.ufs.br. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1800142109998891>. ORCiD: <https://orcid.org/0000-0002-5108-8677>.

Este estudo busca compreender como a masculinidade e a bissexualidade, vistas como construções sociais relacionais, têm sido abordadas por estudos que colocam a mídia como ator relevante na configuração dessas identidades de gênero e sexual, com a possibilidade de serem percebidas como uma identidade fluida ou híbrida, denominada “masculinidade bissexual”. A pergunta norteadora é: “Como os estudos sobre masculinidade, bissexualidade e mídia têm percebido a atuação dessa nova ambiência sociotécnica dos dispositivos midiáticos em redes digitais para constituir uma identidade de gênero denominada como ‘masculinidade bissexual’”?

Seu objetivo é apresentar balanços e avanços que os estudos acadêmicos com foco convergente sobre esses três elementos –masculinidade, bissexualidade e mídia – têm alcançado nas últimas décadas, principalmente uma expansão considerável da pesquisa nos últimos dez anos. Há, no trabalho, três recortes conceituais: a exploração de tipos de masculinidades que possam emergir na conduta bissexual em tensão como masculinidades hegemônicas como a heterossexual; o lugar da bissexualidade como uma orientação sexual diversa e em conflito com os modelos de heterossexualidade e homossexualidade; e a dimensão das práticas comunicacionais, que afetam de forma específica as interações sociais e, em consequência, as noções, conhecimentos e valores sobre a masculinidade e a bissexualidade, não raro interferindo no debate sobre invisibilidade, ambiguidade e apagamento dessas identidades em relação às demais, já convencionalizadas socialmente.

A mídia é tratada aqui como um fenômeno social de grande escala sob forte reconfiguração nos últimos 40 anos devido à digitalização das sociedades. É um processo exponencial que abrange a reconfiguração das mídias tradicionais e a emergência de organizações com perfil acentuado de operação em tecnologias digitais da informação e da comunicação (TICs), com desenvolvimentos tecnológicos cada vez mais onipresentes, globais, convergentes e em rede (Pavlik, 2015, p. 9). Ao adotarmos a expressão “ambiência sociotécnica dos dispositivos midiáticos em redes digitais” seguimos a aplicação de Vilaça (2024) quando a autora visualiza a intersecção entre práticas comunicacionais nas plataformas digitais e a convergências de certas identidades sociais: “a ambiência é parte de textualidades midiáticas que envolvem sem chamar atenção para

si, criando condições, limites e possibilidades de agência para os atores” (Vilaça, 2024, p. 7).

A pesquisa consistiu, então, em uma análise de conteúdo temática (Bardin, 2003, p. 34), buscando entender a frequência e o significado de trabalhos que tenham esses três elementos como foco temático. Foram pesquisados artigos científicos de língua inglesa disponíveis e indexados na plataforma *Web of Science*, um dos principais ambientes digitais integrados que reúne, de forma unificada, a catalogação de inúmeros bancos de dados repositórios de pesquisa científica internacional. O detalhamento dos aspectos metodológicos executados e os resultados alcançados, assim como sistematizações e inferências a partir dos dados, estão na segunda metade deste trabalho.

A masculinidade bissexual: aproximações ao conceito

A perspectiva da masculinidade neste trabalho foi tratada a partir de Butler, que visualiza os problemas de uma sociedade histórica e culturalmente construída sob uma “matriz heterossexual de conceituação do gênero e do desejo” (Butler, 2018, p. 8). Nesta, sobressaem-se duas “instituições definidoras”, “o falocentrismo e a heterossexualidade compulsória”, reafirmando uma “hierarquia de gêneros” e a sedimentação de um “um sistema epistemológico/ontológico” a ser questionado (idem, p. 8-9). Santos Filho ressalta, a partir de Butler, que ser homem e ser mulher são fenômenos inconstantes e contextuais em uma convergência entre cultura, sociedade e história. “Logo, não se é masculino, se está masculino” (Butler, 2012, p. 69).

Para Santos Filho (2012), masculinidades são experiências discursivas dentro de uma cultura normativa, na forma de configurações de práticas sociais que operam por meio de discursos, ideologias, instituições etc: “... não se pensa mais em masculinidade, no singular, mas em masculinidadeS, no plural, entendendo que ser homem é algo não coerente, não isolado, mas que está em processo de mudança” (Santos Filho, 2012, p. 70).

Da mesma forma, a noção de bissexualidade vem sofrendo uma adaptação conforme contextos, experiências e práticas sociopolíticas nas últimas décadas. A emergência do movimento bissexual tem desenvolvido lutas identitárias e por direitos

sociais e políticos em escala internacional. De forma ilustrativa, o Manifesto Bissexual publicado em 1990 na revista norte-americana *Anything That Moves* buscou afirmar uma noção de bissexualidade como “identidade fluida” em contraposição ao modelo binário:

Não assuma que a bissexualidade é naturalmente binária ou poligâmica: que nós temos “dois” lados ou que nós precisamos estar envolvidos simultaneamente com dois gêneros para sermos seres humanos completos. De fato, não assuma que existem apenas dois gêneros. Não interprete nossa fluidez como confusão, irresponsabilidade, ou inabilidade de assumir compromisso (Manifesto Bissexual, 1990).²

Saldanha, Monaco e Cruz (2022) explicam que o entendimento sobre a bissexualidade passou inicialmente por uma abordagem que valorizava a condição anatômica e funcional dos corpos e seus papéis no ato sexual; posteriormente uma fase de desenvolvimento psíquico em que confluía masculinidade e feminilidade e, mais recentemente, como definição e expressão de orientações sexuais específicas. Klidzio e Stack (2022) acentuam que, atualmente, um traço específico da bissexualidade se destaca: o potencial dos indivíduos bissexuais em terem atração (sexual ou afetiva) por pessoas de mais de um gênero, mesmo que em tempos, formas e graus diferenciados.

Esta formulação, entretanto, não elimina os vários dilemas ou desafios que essa orientação vem enfrentando na sociedade, descritos em pesquisas acadêmicas. “Caracterizada ora como confusão, ilusão e falsidade, ora como um infantilismo ou fase transitória, foi negado à bissexualidade o status de identidade sexual legítima” (Saldanha; Monaco; Cruz, 2022, p. 142). Klidzio e Stack (2022) mencionam uma condição de “apagamento social”, um “não-lugar”, uma falta de acolhimento em relação aos polos da hetero e da homossexualidade.

Silva e Meireles (2023, p. 26) veem um processo de invisibilização em um contexto sociocultural em que a bissexualidade “é marcada por inúmeros preconceitos, tendo seu reconhecimento e legitimação sistematicamente dificultados”. Para os autores,

² A versão em português deste *Manifesto* está disponível em:
<https://www.frentebissexualbrasileira.org/manifesto-bissexual-brasileiro>. Acesso em: 7 mar. 2024.

as pessoas bissexuais tendem a ser vistas com infieis em relações amorosas, confusas sobre sua orientação sexual, promíscuas, egoístas, o que redundando em violência, discriminação e mesmo assédio, como a tendência à hipersexualização principalmente de mulheres bissexuais. Almeida (2015) reconhece, então, haver uma demanda por visibilidade política por parte do movimento bissexual.

Outros estudos localizam dificuldades de entendimento sobre a condição bissexual. Calmon (2023) sinaliza para a necessidade de compreender, de um ponto de vista antropológico, os complexos simbólicos que alimentam uma ideia de ambiguidade na conduta bissexual. Maia (2020, p. 621) considera que a “oposição dicotômica entre homo e hetero” direciona uma representação da bissexualidade como um “campo nebuloso, permeado por dúvidas e falta de definições precisas”.

Monaco (2025, p. 11) projeta esse debate para os espaços digitais. Se, por um lado, reconhece a continuidade do problema da invisibilidade, por outro percebe o “uso das tecnologias digitais para a construção de espaços de ativismo e sociabilidade bissexuais” particularmente em plataformas de redes sociais digitais e aplicativos de comunicação instantânea, como o *WhatsApp*. Em nossa perspectiva, esses espaços virtuais tornam-se ambientes sociotécnicos que, com base numa infraestrutura digital interativa, constituem lugares para vivências, discussões e sociabilidades bissexuais.

Os ambientes sociotécnicos têm se multiplicado em espaços e práticas interacionais em plataformas e ferramentas de conversação, troca, publicação, compartilhamento, engajamento e visibilidade cujo modelo dominante tem sido as redes sociais digitais em grandes empresas como o *Facebook*, *Twitter/X*, *Instagram* e *TikTok*, além do *WhatsApp*. Isso não significa que as mídias tradicionais (organizações produtoras de conteúdo comunicacional em rádio, televisão, jornais ou *sites*) sejam hoje pouco relevantes na comunicação, mas é reconhecido que esses novos ambientes, formas e práticas digitais de comunicação estão, cada vez mais, centralizando os fluxos da vida social.

A caracterização de uma “masculinidade bissexual” é desafiadora, pois percorre tanto os dilemas da constituição da masculinidade como gênero quanto, ao fazer a opção bissexual, o homem pode ter a sua condição masculina posta em dúvida. Em sua tese de

doutoramento em 2003, Seffner pesquisou uma realidade de homens brasileiros de duas décadas atrás (portanto, com noções mais imprecisas sobre essas novas definições) reconhecendo a pertinência de classificar os comportamentos como “masculinidade bissexual” em vez de “bissexualidade masculina”. Sua intenção foi reforçar a perspectiva de gênero na construção desta sexualidade: “o organizador principal em suas vidas são as questões no campo do gênero masculino” (Seffner, 2003, p. 151):

A masculinidade bissexual pode ser compreendida como uma identidade de gênero fracamente constituída, e que se mantém em permanente regime de tensão e negociações com as identidades culturais da masculinidade heterossexual e da masculinidade homossexual (Seffner, 2003, p. 152).

Para o autor, na época em que fez sua pesquisa sobre ambientes sociotécnicos virtuais (salas de bate-papo de plataformas digitais) de experimentação dessa masculinidade bissexual, essa identidade de gênero ainda era fracamente desenvolvida, carecendo de símbolos, locais de encontro, vocabulário próprio, indivíduos reconhecidos e modelos de trajetórias de vida. “Isto equivale a dizer que ela é pouco reconhecida como sendo uma modalidade efetiva e valorizada de viver a masculinidade” (idem, p. 166). O autor arrisca dizer não presenciar, nesses ambientes, “uma cultura da masculinidade bissexual, os indivíduos são levados a negociar entre a cultura da masculinidade hegemônica e a cultura da homossexualidade” (idem, p. 151), havendo conflitos, por exemplo, pela decisão em assumir o papel de homem ativo nas relações.

Apesar do avanço de duas décadas sobre os estudos realizados, as quatro representações propostas por Seffner sobre a masculinidade bissexual parecem pertinentes: a) como masculinidade mal formada (incompleta, indefinida, degradada); b) como uma modalidade de sexualidade do futuro (avança além das polaridades); c) como uma masculinidade intensificada (transgressiva, poderosa, típica dos homens “machos” e promíscuos; e d) como uma modalidade de “verdadeira amizade masculina” (idem, p. 167).

Assim, esse trabalho considera que a formulação de “masculinidade bissexual” tem maior potencial analítico do que a “bissexualidade masculina”. Entretanto, como a segunda parte deste trabalho traz a pesquisa sobre estudos de diversas vertentes, é possível antecipar a constatação de que ambos os usos estavam presentes nos trabalhos. Acreditamos que essa variação não tenha contribuído significativamente para os objetivos deste trabalho.

Metodologia

A pesquisa teve a seguinte questão norteadora: “Como os estudos sobre masculinidade, bissexualidade e mídia têm percebido a atuação dessa nova ambiência sociotécnica dos dispositivos midiáticos em redes digitais para constituir uma identidade de gênero denominada como ‘masculinidade bissexual’”? Pode-se considerar como uma pesquisa de natureza bibliográfica, com intenção exploratória sobre a produção científica em um determinado tema.

A busca por um balanço desta produção teve como *locus* de pesquisa a plataforma *Web of Science*. Atualmente de propriedade e manutenção da Clarivate Analytics, a *Web of Science* é uma das principais bases científicas de dados do mundo. Entre as opções de consulta da plataforma, a busca foi feita no “*Web of Science Core Collection*”, um repositório que contém um núcleo abrangente e central de itens indexados desde 1900, o que, segundo o portal da organização, abrange quase 1,9 bilhão de referências em mais de 171 milhões de registros em 254 áreas temáticas.

A pesquisa aplicou o método de análise de conteúdo indutiva (Bardin, 2003), a fim de construir um retrato da investigação acadêmica sobre este objeto de pesquisa e, a partir desta descrição, abriu-se a possibilidade de gerar inferências (Bardin, 2003, p. 38) sobre tendências mais significativas. Entre elas, a proposição de um quadro provisório dos temas e formas de tratamento da relação entre bissexualidade masculina e mídia. Os artigos em periódicos científicos foram as unidades de análise e, neles, seus títulos, resumos e palavras-chaves foram suas unidades de registro. Não houve um recorte

temporal do objeto, embora tenha sido visível a quase inexistência de artigos abaixo da década de 2000.

A pesquisa consistiu na operação de três tipos de descritores em língua inglesa: “*bisexual**” (o asterisco possibilitou que todas as variações complementares da palavra, como “*bisexuality*”, fossem também localizadas); “*male*” (termo com resultados bem mais abrangentes do que “*masculinity*”, por exemplo); e “*media*” (expressão também de amplo alcance em relação a semelhantes como “*communication*”, com a vantagem de ter um foco sobre as sociedades e sistemas de mídia e não sobre situações de comunicação interpessoal, como por exemplo entre psicólogo e paciente que a segunda palavra poderia alcançar). Os três descritores foram conectados pelo operador booleano “AND”, em pesquisa única com os três elementos presentes, obrigando a presença dos três descritores no título, resumo ou palavras-chaves dos textos. Foram pesquisados apenas artigos científicos, excluindo-se então outras formas de publicação.

A pesquisa bibliográfica se realizou em dois momentos. No primeiro, foi feita uma pesquisa exploratória apenas com os dois primeiros descritores, “*bisexual**” e “*male*” na coleção principal da *Web of Science*. Como era esperado, são dois termos muito abrangentes, e geraram 4.308 artigos científicos, um universo muito amplo para a proposta desta pesquisa. De qualquer forma, essa coleta indicou um fato curioso: quando esse volume expressivo foi refinado para estudos da área de pesquisa “comunicação”, apenas 20 artigos foram encontrados. Isso foi um indicativo de que a temática em torno da associação entre masculinidade e bissexualidade é praticamente ausente das pesquisas em comunicação.

Assim, em um segundo momento optou-se por usar os três descritores indicados acima em uma única consulta: “*bisexual**” AND “*male*” AND “*media*”, com refinamento para “artigos científicos”. Daquele universo inicial amplo de 4.308 artigos chegou-se a um recorte de 183 textos. Admite-se que este procedimento permitiu com que alguns artigos constantes do recorte contivessem algum dos termos apenas de forma casual, sem ter relação clara com a proposta da pesquisa, mas isso não pareceu um viés significativo. Quando necessário, eles foram excluídos em análises específicas. Foram executadas

análises quantitativas sobre o conjunto total da pesquisa e o recorte, e análises qualitativas sobre extratos específicos dessas produções acadêmicas.

É importante ressaltar que o comportamento bissexual em discussão aqui apresenta duas mediações presentes nos materiais em análise: uma primeira, a partir das ambiências sociotécnicas, pode ser denominada como mediação comunicacional (Couldry, Hepp, 2020), em que as estruturas, tecnologias, ferramentas midiáticas e seus usos por profissionais e não profissionais da mídia atuam como mediadores dos fenômenos sociais, introduzindo lentes ou vieses sobre os fenômenos. Uma segunda mediação é produzida pelos pesquisadores ao recortarem e enquadrarem certos fenômenos e os constroem como objetos científicos, redundando em interpretações perspectivadas. Essa mediação da ciência depende tanto de escolhas pessoais dos investigadores quanto de construções de consensos sobre o que e como observar a respeito do objeto por meio de paradigmas científicos.

As consultas foram realizadas na segunda quinzena de agosto e primeira de setembro de 2024. Portanto, os resultados são restritos a este período e, considerando o dinamismo da alimentação desses bancos de dados, já há sinais de ampliação do total de artigos disponíveis. Entretanto, para manter um recorte temporal que viabilizasse a execução da pesquisa, esses acréscimos foram desconsiderados.

Resultados – características do universo e da amostra

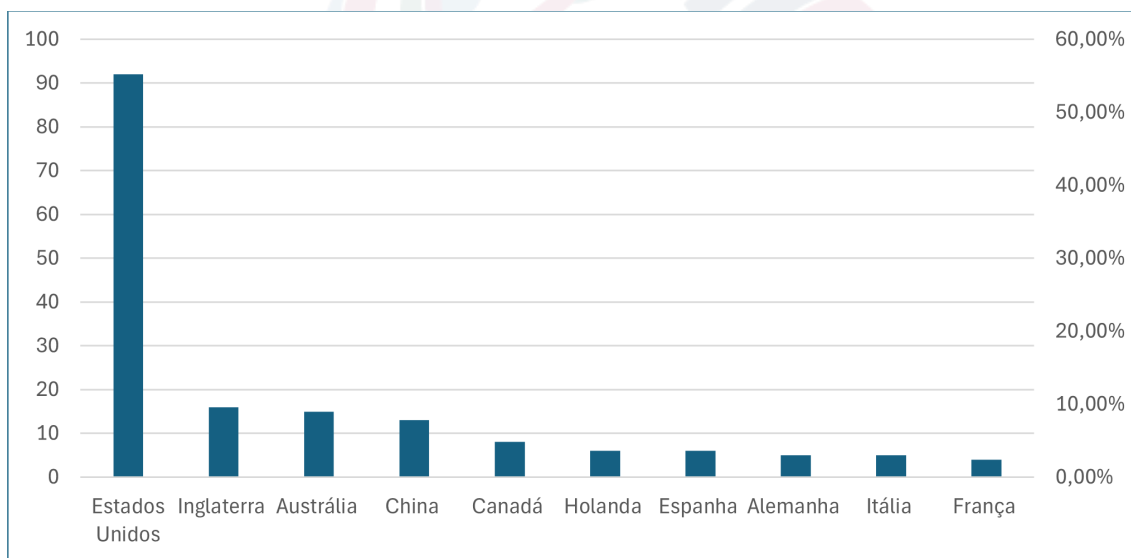
A pesquisa foi realizada em três etapas na coleção principal da *Web of Science*: a) um levantamento preliminar dos 4.308 artigos científicos indexados pelos descritores “bisexual*” e “male”; b) uma descrição das características mais gerais dos 183 artigos com os três descritores (“bisexual*” AND “male” AND “media”); e c) análises específicas de uma amostra final de 24 artigos com base na pergunta norteadora, com proposição de classificações sobre tipos e tendências desses trabalhos. Como a primeira e a segunda etapas apresentaram resultados semelhantes, apesar da diferença de recortes,

optamos por apresentar apenas os resultados da segunda etapa, além da análise específica e mais qualitativa da terceira etapa.

A análise dos 183 artigos com os três descritores (“*bisexual**” AND “*male*” AND “*media*”) possibilitou a concentração de parte significativa dos estudos de mídia nesse recorte. Mesmo assim, percebemos que uma parcela de textos apresentou um ou mais termos de forma gratuita, descolada do foco esperado, assim como abordando uma dimensão de comunicação face-a-face (portanto, não midiática) em relações interpessoais. Isto exigiu mais uma depuração e análise, o que está expresso nos dados adiante.

De início, percebemos que a pesquisa com os três descritores localizou textos espalhados em 53 áreas de pesquisa, estando os Estados Unidos na condição de principal ambiente de produção acadêmica (50,8%), enquanto Inglaterra, Austrália e China ocupam um segundo nível de aparições (Gráfico 1). Dois artigos foram publicados em periódicos científicos brasileiros, mas não estavam no foco temático desta pesquisa.

Gráfico 1: Países de origem de artigos sobre masculinidade, bissexualidade e mídia



Fonte: *Web of Science Core Collection*

As dez áreas de pesquisa mais citadas estão expressas na Tabela 1. Algumas constatações merecem destaque: Psicologia obteve a primeira posição (já tinha ocorrido na primeira amostragem); a área de pesquisa em comunicação aparece em destaque no quarto lugar, com 11 artigos; há ainda presença forte de áreas de pesquisa das ciências da saúde e biológicas, o que indica um viés ainda não contornado nesta investigação.

Tabela 1: Principais áreas de pesquisa em masculinidade, bissexualidade e mídia

	Áreas de pesquisa	Nº de artigos	Participação
1º	Psicologia	46	25,1%
2º	Saúde Ocupacional	33	18,0%
3º	Ciências Sociais	30	16,3%
4º	Comunicação	11	6,0%
5º	Medicina Interna Geral	10	5,4%
6º	Botânica	10	5,4%
7º	Psiquiatria	10	5,4%
8º	Serviços de Ciências da Saúde	9	4,9%
9º	Doenças Infecciosas	9	4,9%
10º	Ciências Sociais Biomédicas	8	4,3%

Fonte: *Web of Science Core Collection*

Outro dado relevante foi perceber o impacto que esses artigos geraram na comunidade científica (aqui mensurado por meio do número de citações totais obtidas pelos artigos por ano). Até 2004, o número anual de citações ficava abaixo de 20 em praticamente todos os anos. Entre 2009 e 2014, a média anual subiu para 60 a 70 citações e, a partir de 2015, o crescimento é exponencial: em 2019 atinge 245 e alcança um pico de 470 citações anuais em 2023 (último ano completo pesquisado). Esse dado é correlato ao crescimento da produção: a) uma média de 2 a 4 publicações anuais de 1998 a 2014; b) de 5 a 8 entre 2015 e 2018; e c) de 10 a 20 publicações anuais, em média, a partir de 2019. O crescimento numérico aponta um aumento de interesse da comunidade científica pela temática no recorte proposto.

Resultados – estudos de impactos da mídia sobre a masculinidade bissexual

Dentre esses 183 artigos, optamos por fazer uma análise qualitativa de produções em duas áreas prioritárias de pesquisa, Ciências Sociais (30 trabalhos, 16,3%) e Comunicação (11 trabalhos, 6,0% do recorte), por entendermos que potencialmente possuem preocupações mais elaboradas sobre a questão investigada neste trabalho, relacionada aos estudos sobre as formas e impactos dessa nova ambiência sociotécnica comunicacional sobre a constituição de identidades de gênero no horizonte da “masculinidade bissexual”. As áreas de Ciências Sociais e Comunicação apresentaram, respectivamente, 30 (16,3% do recorte) e 11 (6,0%) dos artigos científicos, totalizando 41 textos.

Percebemos a necessidade de fazer um refinamento desta captura focada, investigando quais efetivamente abordaram esses impactos da midiatização (Couldry; Hepp, 2020) sobre a masculinidade bissexual. Neste esforço de busca, foram encontrados e selecionados 24 artigos: 10 textos da área de pesquisa em Comunicação, que confirmaram sua pertinência aos estudos de mídia, e mais 14 trabalhos da área de Ciências Sociais, nos quais a mídia e seus produtos aparecem como um elemento relevante para as investigações. Os 24 artigos constituíram a amostra final da pesquisa.

Um aspecto interessante é que, mesmo a pesquisa realizada sem restrição temporal, 20 dentre os 24 textos localizados concentraram-se nos últimos 10 anos, o que revelou um crescimento da temática. Uma das hipóteses possíveis é a correspondente expansão dessa ambiência sociotécnica midiática digital, ampliando seus impactos e, em decorrência, demandando mais estudos. Optamos por transcrever a lista integral dos 24 artigos na seguinte ordem: ano, título e autores, visando a facilitar seu reconhecimento e consulta. Introduzimos uma codificação básica (A1, A2, ..., A24) para facilitar sua identificação nas análises qualitativas.

- A1** – 2000 – *Looking for sexual compatibility: Experiences among Swedish men in visiting Internet gay chat rooms* (Tikkanen, R; Ross, MW).
- A2** – 2002 – *Crooked men and straightened women: Images of homosexuality across race in two women's magazines, 1986-1995* (Gadsden, GY).
- A3** – 2006 – *Stereotype or success? Prime-time television's portrayals of gay male, lesbian, and bisexual characters* (Raley, Amber B.; Lucas, Jennifer L.).
- A4** – 2011 – *Turn It Off! The Effects of Exposure to Male-Male Erotic Imagery on Heterosexuals' Attitudes toward Gay Men* (Golom, Frank D.; Mohr, Jonathan J.).
- A5** – 2015 – *'I need to confess something': Coming out on national television* (Bannink, Anne; Wentink, Djoeke).
- A6** – 2015 – *Social Media Use and HIV Transmission Risk Behavior Among Ethnically Diverse HIV-Positive Gay Men: Results of an Online Study in Three US States* (Hirshfield, Sabina; Grov, Christian; Parsons, Jeffrey T.; Anderson, Ian; Chiasson, Mary Ann).
- A7** – 2016 – *Gender stereotypes in advertising: a review of current research* (Grau, Stacy L.; Zotos, Yorgos C.).
- A8** – 2016 – *Disturbing Hegemonic Discourse: Non Binary Gender and Sexual Orientation Labeling on Tumblr* (Oakley, Abigail).
- A9** – 2016 – *Can Heterosexist Music Cause Hiring Discrimination Against Sexual Minority Men? Testing the Effects of Prejudicial Media Messages* (Binder, Kevin; Ward, L. Monique).
- A10** – 2017 – *Sexually Explicit Media Use by Sexual Identity: A Comparative Analysis of Gay, Bisexual, and Heterosexual Men in the United States* (Downing, Martin J., Jr.; Schrimshaw, Eric W.; Scheinmann, Roberta; Antebi-Gruszka, Nadav; Hirshfield, Sabina).
- A11** – 2018 – *Parasocial Relationships with Media Personae: Why They Matter and How They Differ Among Heterosexual, Lesbian, Gay, and Bisexual Adolescents* (Bond, Bradley J.).

- A12** – 2018 – *Viewing Sexually Explicit Media and Its Association with Mental Health Among Gay and Bisexual Men Across the US* (Whitfield, Thomas H. F.; Rendina, H. Jonathon; Grov, Christian; Parsons, Jeffrey T.).
- A13** – 2019 – *Outside the Sports Closet: News Discourses of Professional Gay Male Athletes in the Mainstream* (Moscowitz, Leigh M.; Billings, Andrew C.; Ejaz, Khadija; O'Boyle, Jane).
- A14** – 2019 – *Bareback Sexually Explicit Media Consumption and Men Who Have Sex with Men's Responses to Sexual Partners Who Prefer Anal Intercourse With or Without Condom* (Thai, Michael; Barlow, Fiona Kate).
- A15** – 2019 – *Di/Visibility: Marks of Bisexuality in Philippine Cinema* (David, Joel).
- A16** – 2020 – *Sensitive Sharing on Social Media: Exploring Willingness to Disclose PrEP Usage Among Adolescent Males Who Have Sex With Males* (Birnholtz, Jeremy; Kraus, Ashley; Zheng, Weiwei; Moskowitz, David A.; Macapagal, Kathryn; Gergle, Darren).
- A17** – 2020 – *'Intimatopias and the queering of Australian war fiction'* (Riseman, Noah).
- A18** – 2020 – *Intimacy in Dyadic Sexually Explicit Media Featuring Men Who Have Sex with Men* (Newton, James D. A.; Halford, W. Kim; Barlow, Fiona K.).
- A19** – 2021 – *Governing bodies? Exploring normative sex and gender discourses in informal herbal healing flyers and posters in Johannesburg CBD* (Vanyoro, K. P.; Mavunga, G.; Mugari, Z. E.).
- A20** – 2021 – *Binegative Myths in Pornography: An Examination of Sexual Behaviors and Aggression by Sexual Identity Categories* (Bowling, Jessamyn; Fritz, Niki).
- A21** – 2022 – *Exploring the Posting of Nude Photographs on Reddit in Relation to Self-Esteem, Perceived Attractiveness, Narcissism, and Sensation Seeking* (Miller, Brandon).
- A22** – 2023 – *Sexually Explicit Internet Media Consumption and Sexual Risk Behaviors Among Chinese Male Sexual Minorities: The Moderating Role of Perceived Realism* (Li, Miaomiao; Liu, Yue; Zheng, Lijun).

A23 – 2023 – *The Influence of Sexually Explicit Material Consumption on Body Image Via Objectified Body Consciousness Among Gay and Bisexual Men in China* (Liu, Yue; Zheng, Lijun).

A24 – 2024 – *Pornographic Video Consumption and Partner Preference Among Chinese Male Sexual Minorities: The Moderating Role of Perceived Realism* (Xu, Jiatong; Wright, Paul J.; Su, Yanchen; Liu, Yue; Zheng, Lijun).

A seguir, será apresentada a análise de três conjuntos de dados qualitativos com base nos 24 artigos científicos pesquisados:

- Uma construção de categorias descritivas sobre a bissexualidade
- Uma análise da masculinidade bissexual
- Impactos da ambiência sociotécnica midiática sobre a masculinidade bissexual

a) Formas descritivas da bissexualidade

Esta análise resultou do uso da literatura sobre bissexualidade para extrair características e aplicá-las sobre os 24 artigos pesquisados (títulos, resumos e palavras-chave). Possibilitou delinear a bissexualidade como comportamento ou como identidade sexual. Ao lado do artigo citado está a sua codificação para eventual consulta. As principais características foram:

a.1) Ambiguidade

Estudo sobre duas novelas ficcionais australianas (A17) mostra como personagens masculinos (militares) demonstram afeto e desejo, mas sem deixar claras suas orientações sexuais.

a.2) Apagamento social

Análise de blogs de membros da comunidade LGBTQIAPN+ na plataforma Tumblr (A8) aponta que, na construção de algumas comunidades, esses blogueiros operam dentro do

discurso binário hegemônico feminino/masculino, feminino/masculino, o que contribui para apagar as identidades não-binárias.

a.3) Conduta promíscua

Ao acompanhar as interações em salas de bate-papo gay na internet, a pesquisa (A1) descreve formas de busca de parceiros sexuais virtuais ou reais, focando no risco de relações sexuais casuais desprotegidas (sem uso de preservativo) e transmissão de HIV.

a.4) Confissão

Programa da televisão holandesa (A5) estimula que jovens participantes lésbicas, gays e bissexuais (LGB), homens e mulheres revelem sua homossexualidade para suas famílias e colegas diante das câmeras de TV. Embora indique uma ideia emancipatória de aceitação da homossexualidade, opera dentro da linguagem de reality shows, explorando os dilemas pessoais.

a.5) Conflito entre heterossexualidade e homossexualidade

Experiências de bissexualidades construídas com base em conflitos entre condutas heterossexuais ou homossexuais foram abordagens que atravessaram gêneros e formatos midiáticos, desde ficções, reality shows ou produtos jornalísticos. Imagens da sexualidade tradicional foram percebidas em mídias de massa (A2, A5, A9, A13, A17).

a.6) Heteronormatividade

Adotar a heterossexualidade como padrão de comportamento foi um diagnóstico presente em alguns dos artigos analisados. Por exemplo, em estudo que investigou os efeitos de músicas heterossexistas no processo decisório sobre a contratação de funcionários para um local de trabalho, observando como poderiam influenciar negativamente na avaliação de lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros (LGBT) durante a seleção. Ou então no uso de discursos heteronormativos, cismnormativos, capacitistas e preconceituosos em anúncios de suplementos alimentares para estimular uma busca de corpos sexualizados (A5, A9).

a.7) Hipersexualização

Situações de hipersexualização foram encontradas em duas produções midiáticas, tanto se referindo a homens bissexuais que espelhariam o modelo de atleta musculoso quanto em mulheres bissexuais e lésbicas por uma hipotética maior atividade sexual (A20).

a.8) Invisibilidade / visibilidade

Este é uma das principais noções sobre bissexualidade nos artigos pesquisados: 6 dentre os 24 trazem referências tanto a ações de invisibilização desta orientação quanto em lutas por visibilidade. É uma questão que abrange mídias jornalísticas, conteúdos ficcionais na televisão e no cinema e, cada vez mais, exposições em redes sociais digitais. As tecnologias digitais contemporâneas estruturadas em plataformas geram visibilidade pessoal como meios de auto-apresentação de si. Uma dessas possibilidades foi investigada em um dos artigos: a postagem de fotos de nudez pessoal na plataforma Reddit, uma prática de comportamento online que expressa desinibição e busca por identidade, assim como uma postura narcisista, mais presente em pessoas bissexuais (A8, A13, A15, A16, A17, A21).

a.9) Preconceito, estereótipo, homofobia

Produtos diversos de mídia são analisados como expressões de estereótipos para condutas gays, lésbicas e bissexuais, não raro em situações de ridicularização ou homofobia. Tais formas aparecem em programas da grande mídia televisiva ou em peças publicitárias (A3, A4, A5, A7, A9).

b) Aspectos da masculinidade bissexual

A masculinidade como gênero foi investigada tanto do ponto de vista da problematização sobre gêneros quanto na associação com a bissexualidade. Praticamente todos os artigos consideravam a masculinidade a partir dos debates que têm levado à construção da comunidade LGBTQIAPN+. Seguem abaixo alguns traços dos modos como esses estudos abordaram a masculinidade bissexual:

b.1) Tensões de gênero: perspectivas binárias e não-binárias

As tensões de gênero apareceram principalmente na percepção do poder normativo e rotulador do discurso midiático, que utilizou principalmente a perspectiva dualista hegemônica (masculino/feminino). Assim, discursos gays ou não binários foram tratados pela mídia como perturbadores. Ou então, quando aconteceu uma abordagem positiva por possibilitar o aumento da visibilidade gay, foram vistos como paradoxais, por estarem construídos em modelos binários dualistas. Essa dualidade foi identificada, por exemplo, em estudos sobre anúncios com discursos heteronormativos e cisnormativos na padronização dos corpos (A8, A13, A19).

b.2) A masculinidade bissexual vista como ameaça à heterossexualidade feminina

Um dos estudos (A2) trouxe a análise de duas revistas femininas com duas constatações: as imagens da sexualidade tradicional prevalecem na mídia de massa, especialmente em revistas femininas; e temas como a bissexualidade masculina, quando aparecem, são construídos na forma de uma ameaça à mulher heterossexual e o casal heterossexual legítimo.

b.3) A “masculinidade excessiva” e o falocentrismo

Em anúncios de produtos herbais na África do Sul (A19), a publicidade convida aos potenciais clientes masculinos a aumentarem o tamanho de seus órgãos sexuais com o uso do produto, assim como obter sucesso no mundo dos negócios e no casamento (associação entre virilidade sexual e poder social). Há também alguns estudos sobre o consumo de vídeos de sexo explícito e seus efeitos sobre o público LGBTQIAPN+ masculino, associando-os a um estímulo a comportamentos de risco, como a prática de sexo casual e sem proteção (A10).

b.4) A identidade de gênero masculino foi fracamente construída

Houve estudos que olharam para a conduta sexual masculina com uma identidade mais fraca, não exatamente um perfil dentro do grupo LGBTQIAPN+, mas como uma prática

sexual. A expressão usada foi dentro de um perfil amplo de “homem que faz sexo com homem”, associada, portanto, a uma prática, não a uma identidade (A1).

b.5) Tensões entre as masculinidades heterossexual e homossexual

Um estudo sobre os discursos noticiosos de atletas gays masculinos no esporte (A13) revelou como a mídia abordou esses atletas destacando seu físico corporal e seu profissionalismo, reforçando um perfil de “hipermasculino”. Ou seja, se por um lado apresentavam uma situação de celebração de maior visibilidade gay no esporte, por outro utilizavam padrões binários dualistas de sexualidade em que o ambiente esportivo é dominado pela heterossexualidade e hipermasculinidade.

Outro trabalho (A17) estudou duas obras ficcionais na televisão australiana em que abordou a amizade entre soldados que se torna sexual, mas sem identificá-los como gays ou bissexuais. Um aspecto interessante é que os textos desafiam mitologias australianas ao apresentar os soldados como sensíveis, vulneráveis e não heterossexuais com intimidade, valorizando o companheirismo e desejo entre pessoas do mesmo sexo.

c) Impactos da mídia como ambiente sociotécnico

A segunda parte deste estudo retoma diretamente a análise proposta e explora o material pesquisado para perceber pistas sobre os impactos que essa nova ambiência sociotécnica dos dispositivos midiáticos em redes digitais tem produzido sobre formas dissidentes de gênero e sexualidade. A ideia de “ambiência sociotécnica” tem sido formulada em estudos sociais sobre ciência e tecnologia para indicar um imbricamento entre uma perspectiva ambiental (espaço físico ou sistema simbólico) e uma dimensão sociotécnica que articula fatores sociais (como os valores, práticas e instituições sociais) e técnico/tecnológicos (como as infraestruturas e dispositivos materiais e digitais).

Conforme indicado anteriormente, as mídias, por estarem cada vez mais integradas a esse grande sistema informacional digitalizado dotado de uma pluralidade expansiva de recursos e atores e, ao mesmo tempo, de estratégias e disputas de poder, têm contribuído para oferecer um ambiente relacional e interativo para a construção de sentidos e o estabelecimento de vivências, discussões e sociabilidades. No caso específico

em estudo, buscamos pistas dos modos como as estruturas, linguagens e conteúdos dessa ambiência sociotécnica midiática possa estar afetando a masculinidade construída em uma perspectiva de orientação sexual dissidente (bissexual).

Com base no material pesquisado, foi possível identificar quatro aspectos da configuração dessa ambiência sociotécnica. O primeiro aspecto se refere produtos midiáticos colocados em circulação, considerando seus formatos, linguagens e conteúdos. O segundo relaciona-se aos impactos dos produtos midiáticos sobre as interações e sociabilidades. O terceiro considera perfis de audiência, recepção e uso de produtos midiáticos, enquanto o quarto visualiza que essa ambiência sociotécnica opera predominantemente sob a lógica do mercado e do consumo, o que aponta para a presença de interesses econômicos (atravessados por concepções de mundo) na definição de consumidores preferenciais.

A descrição destes fenômenos não é exaustiva devido às limitações da amostra, mas oferece, mesmo assim, elementos para pensar as configurações dessa ambiência sociotécnica do sistema de mídia sobre identidades de gênero e sexualidade dissidentes. Ao se realizar a identificação e classificação das principais categorias, reconhecemos que algumas situações poderiam ser enquadradas em mais de uma categoria. De modo geral, optamos preferencialmente por inserir cada elemento em uma única classificação (aquela que pareça mais definidora da situação).

c.1) Tipos de produtos midiáticos

Os 24 artigos pesquisados indicaram uma variedade de mídias para a análise da construção de discursos sobre a masculinidade bissexual. Destacamos cinco principais formas. A primeira foi o discurso noticioso narrativo da mídia tradicional. Este tem sido um lugar cristalizado de preconceitos e estereótipos sobre a população LGBTQIAPN+ e, nos exemplos acima, se manifestou ao tratar orientações sexuais não heteronormativas. Ou seja, refletiram uma produção discursiva enquadrada (*“framing”*) a partir de uma perspectiva heteronormativa em que a bissexualidade masculina parecesse inusitada ou mesmo exótica para certas situações sociais (como no caso dos atletas musculosos bissexuais).

Um segundo tipo identificado foi a mídia tradicional de massas, centrada no entretenimento. Acentuaram-se situações envolvendo cadeias televisivas, com suas redes, parcerias e estratégias preocupadas com perfis de grande audiência, horário nobre e grades de programação. Assim, ao realizar uma representação de personagens gays, lésbicas e bissexuais em programas ficcionais com base em uma divisão binária de gênero, exercem efeito social significativo do seu conteúdo sobre grandes contingentes sociais.

Deve-se destacar um terceiro perfil de ação midiática: o mundo da publicidade, com suas ideologias e recortes socioculturais em seus processos de consumo e construção de imagens de atores sociais. Devido ao seu forte interesse em obter retorno dos públicos, a publicidade pouco questiona os valores que embasam sua ação e, no caso do uso de conteúdos com temática LGBTQIAPN+, arrisca-se a ser permeável a visões preconceituosas.

Uma quarta forma deste ambiente sociotécnico midiático está na expansividade e penetrabilidade das infraestruturas digitais por meio de suas plataformas de redes sociais. Essa modalidade apareceu de modo proeminente nos artigos estudados e possibilitou ver a operação, nesse ambiente, dos jogos de identidades individuais e coletivas, tanto como “expressão de si” na criação de personagens quanto na possibilidade do anonimato nas interações com outros sujeitos LGBTQIAPN+. A autoexpressão pode se dar em uma plataforma de postagem de conteúdos pessoais (texto, foto, áudio ou vídeo) ou em salas virtuais de conversação. Estudos demonstraram que esse anonimato facilita a emergência de “personas” virtuais LGBTQIAPN+ como alternativas a uma vivência social pública na qual esse comportamento possa ser questionado.

Por último, foram apresentadas situações de oferta de conteúdos de interesse específico para populações LGBTQIAPN+ (como imagens de situações homossexuais) como estratégia para canalizar interesses e públicos. Um fator em destaque nos estudos foi a busca pela compreensão dos comportamentos (predominantemente masculinos) de consumo de conteúdos pornográficos explícitos.

Algumas pesquisas observaram padrões de consumo homens homossexuais ou bissexuais masculinos e seus interesses por conteúdos de mídia sexualmente explícitos,

particularmente aqueles que expõem sexo sem proteção em fotos e vídeos. A preocupação é de que esses conteúdos possam estimular o sexo real sem proteção e, assim, criar condições favoráveis à contaminação por doenças sexuais transmissíveis, como o HIV. Uma das conclusões dessas pesquisas apontou para a necessidade de campanhas preventivas nesses ambientes de redes sociais digitais para evitar contágios.

c.2) Impactos dos produtos midiáticos sobre as interações e sociabilidades

Talvez o principal ponto de análise dos 24 artigos científicos que abordam o papel da mídia nos seus efeitos sobre a masculinidade e a bissexualidade seja a constatação de seus múltiplos impactos sociais em diferentes dimensões. Os estudos demarcam uma interdisciplinaridade de tratamento: se por um lado, conforme apresentamos anteriormente, a Psicologia tem tido uma contribuição pronunciada sobre identidades e acolhimento, a variedade de temas indica uma multiplicidade de fenômenos e formas de tratamento.

Em linhas gerais, as pesquisas trouxeram três tipos de impactos: sobre as construções de sentido, sobre as interações sociais e sobre comportamentos e saúde mental. No primeiro tipo de impacto está um conjunto amplo de construções de identidades coletivas e individuais, assim como processos simbólicos de formação de estereótipos e preconceitos. Uma pesquisa sobre a plataforma digital de microblogs e imagens *Tumblr* descreveu a construção de convenções para formação de identidades aceitas por comunidades LGBTQIAPN+. Outro estudo, focado na formação de preconceitos, procurou entender reações de heterossexuais masculinos e femininos frente à circulação de imagens homoeróticas de homens.

Um segundo tipo de impacto é formado por conversações e interações virtuais e reais, em que ambientes digitais como as salas gay de bate-papo na internet, por seu caráter de anonimato, se tornam pontos de atração de homens bissexuais, seja para conversas sobre gêneros e sexualidades fora do padrão binário hegemônico, seja para conversas que estimulem uma imaginação sexual. Reduzem-se os efeitos sobre a identidade real e valorizam-se ‘personas’ virtuais, embora, não raro, essas interações *online* possam avançar para encontros reais. Há também estudos sobre as formas de

relacionamento que são estabelecidos nesses ambientes virtuais, particularmente com essas ‘personas’.

Um terceiro impacto tem observado a saúde física e mental principalmente de homens gays e bissexuais. Por exemplo, os espectros de DSTs e HIV que ameaçam principalmente os homens nas situações sexuais de transmissão sem proteção. Isto exige, como contrapartida, a verificação de eficácia de campanhas de esclarecimento e de medidas de proteção. Há também preocupação quanto à saúde mental dos usuários, principalmente adolescentes, expostos quase sem restrições a conteúdos sexuais implícitos.

Há também um conjunto de estudos sobre o impacto do consumo de pornografia (mais especificamente, imagens de sexo explícito entre homens) sobre a saúde mental da população masculina. Podem afetar, por exemplo, uma autoavaliação sobre seu próprio corpo e sobre formas de manter relações sexuais com outros homens, incluindo o risco das relações sem preservativo, já que há vídeos que estimulam o sexo sem proteção.

c.3) Perfis de audiência, recepção e uso de produtos midiáticos

Um dos desafios das pesquisas foi entender e sistematizar a diversidade de comportamentos de homens gays e bissexuais frente à multiplicidade de formas e produtos comunicacionais. Poucos estudos e metodologias limitadas têm gerado lacunas nos dados e motivado indagações sobre essa “audiência” (o termo inclusive é insuficiente para sinalizar um padrão estável de comportamento). Acrescido a isso está a constatação de que esses novos ambientes comunicacionais digitalizados intensificam possibilidades de interações virtuais ou reais com outros parceiros, como trocas de textos ou imagens provocativas. Há também o desafio de entender a passagem dessa condição de uma audiência gay ou bissexual masculina enquanto consumidora de conteúdos midiáticos sobre sexo explícito ou como usuária desses ambientes digitais para a marcação de encontros visando a uma situação de sexo real.

c.4) Consumo e mercado

Essa diversidade de ambientes midiáticos têm renovado formas de estabelecer relações de consumo e mercado. Algumas pesquisas salientaram o crescimento de um mercado de consumo de produtos específicos para o segmento lésbico/gay/bissexual/transgênero. Um dos recortes estudados foi a pornografia como produto de consumo e como socialização sexual mediada. Em consequência, estimulou questionamentos sobre os efeitos desse consumo para a definição de preferências entre minorias sexuais masculinas.

Outro aspecto vinculou-se à construção de padrões de aparência física masculina. Aqui, a imagem masculina (normalmente de perfil atlético) é associada a serviços (academias para exercícios físicos) ou suplementos alimentares. Em conteúdos de esporte, essa associação é mais comum, por meio da valorização da heterossexualidade e da hipermasculinidade.

Considerações finais

A partir da intenção de investigar estudos sobre masculinidade, bissexualidade e mídia para perceber os impactos gerados por uma nova ambiência sociotécnica dos dispositivos midiáticos em redes digitais, a pesquisa analisou 24 artigos científicos recolhidos na plataforma *Web of Science*, a partir de um recorte inicial de 183 textos que carregavam os termos “masculinidade”, “bissexualidade” e “mídia”. Foi testada a perspectiva de análise de Vilaça (2024) de ambiência sociotécnica como intersecção entre práticas comunicacionais nas plataformas digitais e a convergências de certas identidades sociais. A principal identidade tensionada foi a masculinidade bissexual.

Em seu conjunto, os artigos indicaram formas de composição dessa ambiência sociotécnica midiática, que cria um ecossistema informativo e interacional sobre temas, situações e atores nesse campo da identidade de gênero e sexual masculina. A descrição final sobre os tipos de produtos midiáticos, formas de mídias e impactos sociais para as comunidades LGBTQIAPN+ revelou a variedade de ambientes, dispositivos e interações em ação: de um lado, preocupações sobre como a mídia tradicional opera, principalmente

na esfera do mercado, conteúdos que abordam a masculinidade bissexual, com a recorrência de estereótipos e preconceitos. De outro lado, os ambientes gerados pelas plataformas de redes sociais digitais criando condições novas para atuação de atores e estabelecimento de relações, particularmente com a possibilidade de uma exposição seletiva de si, seja de uma identificação aberta, de constituição de “personas” ou da situação do anonimato.

Portanto, esse novo ambiente sociotécnico midiático alterna lógicas diversas e mesmo contraditórias em relação à invisibilização e ao apagamento de identidades como a masculinidade bissexual. A visibilidade revelada pelos estudos indicou uma tendência das mídias tradicionais em operar dentro de certas padronizações, seja do ponto de vista da normatividade de gênero, seja das orientações sexuais. A masculinidade bissexual tendeu a ser pejorativamente caracterizada dentro da normatividade binária, e a bissexualidade apareceu em narrativas midiáticas voltadas para uma audiência sobre o exótico. Assim, se houve visibilidade midiática, ela foi frágil e apropriada com o uso de enquadramentos da normatividade binária e direcionada às condições que viabilizassem relações de consumo desses produtos, sem realmente tensionar as normatizações já em circulação social.

Referências

ALMEIDA, Marianna B. **Bissexualidades femininas**: repertórios entre jogos de (in)visibilidade. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2003.

BUTLER, Judith P. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

CALMON, Diego. Bissexualidade e ambiguidade: relações metafóricas e processos metonímicos em produções discursivas sobre a bissexualidade. **Cadernos Pagu**, Campinas, SP, n. 68, p. 1-17, set. 2023. Disponível em:

<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8675051>. DOI: 10.1590/18094449202300680010. Acesso em: 18 ago. 2024.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **A construção mediada da realidade**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2020.

KLIDZIO, Danieli; STACK, Daniel da S.. O não-lugar em meio à comunidade LGBTQIA+ e à sociedade heterocisnormativa: masculinidades monodissidentes a partir do documentário “(Bi)chas: a bissexualidade e o ser afeminado”. **Horizontes Históricos**, São Cristóvão, v. 4, n. 1, p. 50-64, 2022. Disponível em:

<https://periodicos.ufs.br/HORIZONTES/article/view/18136>. Acesso em: 17 nov. 2024.

MAIA, Gustavo F. M.. O papel da bissexualidade na construção da identidade masculina. **Anais do VI Simpósio Gêneros e Políticas Públicas**, v. 6, 2020.

MONACO, Helena M.. **Entre mundos: política, erotismo e produção de sentidos em espaços bissexuais digitais**. 2025. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Florianópolis, 2025. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/266840>. Acesso em: 12 ago. 2025.

PAVLIK, John V. Transformation: examining the implications of emerging technology for journalism, media and society. **Athens Journal of Mass Media and Communications**, v. 1, n. 1, p. 9-24, jan. 2015. DOI: 10.30958/ajmmc.1-1-1.

SALDANHA, Inácio dos S.; MONACO, Helena M.; CRUZ, Beatriz F.. Bissexualidade, ativismo e produção de saberes: notas introdutórias sobre os estudos e movimentos bissexuais. **Revista Anômalas**, Catalão – GO, v. 2, n. 2, p. 139-159, jul./dez. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufcat.edu.br/ra/article/view/74540>. Acesso em: 17 nov. 2024.

SANTOS FILHO, Ismar Inácio dos. **A construção discursiva de masculinidades bissexuais: um estudo em linguística Queer**. 2012. Tese (Doutorado em Letras – Linguística) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Letras, Recife, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/11663>. Acesso em: 18 jan. 2025.

SEFFNER, Fernando. **Derivas da masculinidade: representação, identidade e diferença no âmbito da masculinidade bissexual**. 2003. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação, Porto Alegre, 2003. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/4340>. Acesso em: 6 out. 2023.

SILVA, Kadu U.; MEIRELES, Jacqueline. Revisão integrativa da literatura sobre bissexualidade: representações, invisibilidade e subjetividade. **Mosaico: Estudos em Psicologia**, v. 11, n. 1, p. 25-46, abr. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/mosaico/article/view/37552>. Acesso em: 22 jul. 2024.

VILAÇA, Gracila Ferreira. **Ambiências homosociotécnicas: uma investigação sobre a machosfera, memes de internet e o r/brasilivre com o Reddit**. 2024. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Belo Horizonte, 2024. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/78599>. Acesso em: 22 mai. 2025.

Media impacts on the construction of male bisexuality: an overview of research in the Web of Science

Abstract: This paper offers a review of academic studies dedicated to understanding the media as a relevant actor in shaping gender and sexual identities around “bisexual masculinity”. The subject of this analysis was scientific articles collected on the Web of Science platform. Based on a search using the themes bisexuality, masculinity, and media, a set of 183 texts was compiled, which, when applied to a media-communicational perspective, resulted in a final sample of 24 articles. Two types of formulations were achieved: the first was the production of a framework of categories on bisexuality in general and on male bisexuality, extracted from reference literature and verified in the scientific articles under analysis. The second consisted of the perception of the media's role in the construction of identities and in supporting visibility or, conversely, in the construction of prejudice and invisibility. As a main result, the study found the formation of a new socio-technical environment of media devices in digital networks and their ways of acting in the formation of a gender identity known as “bisexual masculinity”.

Keywords: Media. Bisexuality. Masculinity. Socio-technical environment. Web of Science.

Recebido: 08/10/2024
Aceito: 28/09/2025