

Pontifícia Universidade Católica
PUC-SP

Vinicius Melo Flauaus

Ursos, Filhotes e Caçadores
Cultura, Identidade e Virilidade “Bear” Paulista

Mestrado em História Social

São Paulo
2018

Pontifícia Universidade Católica
PUC-SP

Vinicius Melo Flauaus

Ursos, Filhotes e Caçadores

Cultura, Identidade e Virilidade “Bear” Paulista

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para a obtenção do título de MESTRE em História Social, sob a orientação da Profa. Dra. Denise Bernuzzi de Sant’Anna.

Banca Examinadora:

Prof. Dra. Denise Bernuzzi de Sant'Anna (PUC/SP)

Prof. Dra. Carla Reis Longhi (PUC-SP)

Prof. Dr. Atilio Butturi Junior (UFSC)

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 88887.148487/2017-00

Agradecimentos

Durante o percurso dessa pesquisa, minha vida passou por muitas mudanças. Mudei enquanto pesquisador, enquanto pesquisa, profissionalmente e principalmente na vida pessoal. Tive excessos de passado na pesquisa e na vida, que me deixaram anestesiado para refletir qualquer coisa. Tive excessos de presente que me deixaram estressados e com a mente ocupada. Excessos de futuro me deixaram ansioso, de perder o sono e até mesmo de hesitar. E a sensação da falta de tempo foi presente e constante. Não é fácil setorizar a vida, mas abdiquei de dias de folgas no trabalho e de gozar as férias para seguir um sonho. E por vezes senti raiva e tristeza por ter que escolher o trabalho e a pesquisa em primeiro antes de estar com os meus. Mas minha aposta me lembra que vale a pena. Mesmo ausente, é com lágrimas ao escrever que agradeço a muitas pessoas, direta e indiretamente, que me deram todo o apoio para que esse texto fosse concluído.

Quero agradecer a todos os professores do Programa de História Social da PUC-SP, que têm um cuidado e carinho especial com seus alunos, cujas aulas contribuem para a reflexão diária, necessária não apenas como pesquisador, mas como sujeito crítico.

Minha orientadora Denise de Sant'Anna, que com seu olhar interdisciplinar me ensinou a dialogar com as diferentes áreas, me inspira a escrever de forma leve, sem abandonar o rigor historiográfico. Agradeço a Professora Carla Reis Longhi por acreditar no meu potencial desde a graduação e estar na banca avaliando esse trabalho. Igualmente ao Professor Atilio Butturi Junior pela dedicação e carinho que teve com o meu texto, apontando ótimos caminhos para continuar com a pesquisa. Agradeço igualmente ao amigo Bruno Puccinelli e a professora Mariza Romero por também apoiarem esse pesquisador nos últimos momentos do depósito e defesa.

Um carinho especial ao amigo e pesquisador Ramiro Unsain que me auxiliou muito durante o percurso da pesquisa, indicando caminhos, textos e ouvindo os desabafos regados à café e chimarrão.

Ainda sobre a PUC-SP, um abraço aos amigos que esse espaço me deu para a vida. São os momentos do Pátio da Cruz, prainha e bosque jogando boardgames, jogando papo fora ou comemorando a vida no Paraty: Diogo Azoubel, Lara Dias, Saray Soares, Paula de Oliveira Moura, Felipe Menezes, Paulo Moretti, Any Mary, Nivea Peracini, Tiago Buono, Vítor Vívoló, Bruno Tattaglia, Nina Ingrid, Lucas Font, Júlio Braga e Gabriela Salles.

Outro “muito obrigado” aos amigos, mais que queridos, Renan Locatelli e Gabriela Gagliani que sempre torceram por mim e tenho um carinho recíproco, que nem a correria da vida, com o trabalho e o mestrado, vai tirar isso da gente. Igualmente agradeço e peço perdão aos meus amigos Jessica Cordeiro e John Peter, justificando a ausência com esse material, fruto de uma reflexão que pediu reclusão para ser concluída.

Ainda sobre ausência, quero pedir perdão à minha família durante esse período, principalmente aos meus pais Nubia de Melo e João Flauaus. Não tenho palavras para agradecer e me desculpar por todos os “Não posso hoje”, “Esse final de semana estou trabalhando” que vocês tiveram que ouvir durante esses últimos seis anos. Mãe, você continua sendo minha inspiração para continuar e agarrar tudo que sonho em fazer. Sempre que me dou conta, paro e agradeço por ter esse amor incondicional na minha vida

Gostaria de agradecer igualmente a minha avó Maria, que mesmo com pouca escolaridade, sempre me inspira com seus ensinamentos e ditados: “É como diz o ditado: o conhecimento não ocupa espaço, meu filho! ”. Desde a briga por conta das aulinhas de violão que a senhora deixou de pagar porque esqueci do horário e fui cortar o cabelo, às tardes de conversa depois da aula, até a bronca que me fez “virar a chave” e, então, terminar tudo que me propus começar e fazer. Pela atenção e apoio quando resolvi me mudar e ao cuidado que mantem com os filhos e netos. A senhora é um poço de inspiração e conhecimento para todos nós. Tenho orgulho de ser seu neto.

Ao meu eterno amigo Marcio de J. Carvalho Ferreira que me acompanhou e me apoiou desde a graduação até a pós-graduação, suportando os picos de

ansiedade, euforias e humores durante todo o processo. Meu carinho e gratidão são eterno. “Tempo, Tempo, Tempo, Tempo...” A distância ou o tempo, e não a história, vão nos absolver... de nós mesmos.

Agradeço aos amigos do MASP pela torcida e apoio, principalmente a Suyanne Keidel e Karina Del Papa por entender e possibilitar uma maior flexibilidade nos meus horários do trabalho que foram essenciais para a conclusão do curso e da pesquisa. Agradeço a Leila Maria que me aguenta (risos), Brenda Koschel, Larissa Miranda, Rodrigo Maluf e Rosana Serra pela parceria! “Vamu lá!”. Um abraço especial para a Carina Palmeira, Bianca Pizcioneri, Maniane Lopes, Jussara Nascimento, Erik Santos e Camila Moura pela amizade, vocês são um presente do MASP na minha vida. Agradeço ao carinho do Alexandro Silva, o cuidado da Elis Fabro e da Dannyelle Cavalcante e os abraços carinhosos da Maria Lucilene. A nossa amizade desde PUC da Tayna Barreto, que guardo um carinho enorme e continuo torcendo sempre. E todos os amigos do MASP, que se for colocar nos agradecimentos, vai parecer metade do quadro de funcionários da “firma” (risos).

Novamente agradeço a CAPES pelo apoio financeiro, sem a bolsa de estudos recebida não teria condições de concluir essa pesquisa. Espero que o investimento possa dar bons frutos enquanto contribuição científica e influenciar novas pesquisas sobre o tema.

Agradeço aos amigos que colaboraram com essa pesquisa, confiando no meu trabalho como pesquisador. Um abraço de urso especial ao Pedro Junior, Marcelo Silva, Sergio Levy, Mauro Braz, Alexandre Bispo, Daniel Lima, Keid Sammour, Jorge Junior, Eder Monteiro, Rogério Munhoz e Carlos Coelho que colaboraram diretamente com essa pesquisa, contanto suas experiências e me incentivando a continuar.

E não menos importante, um agradecimento especial ao Claudio Nogueira, cujos caminhos curiosamente se encontraram, dando suporte um para o outro. E que de forma inenarrável me deu forças, apoio e incentivo para concluir essa pesquisa e continuar a crescer de forma mais leve.

RESUMO

A pesquisa propõe uma perspectiva histórica de análise da cultura e da comunidade dos ursos (ou comunidade *Bear*), com enfoque na cidade de São Paulo entre os anos 1997 e 2018, sendo esse um desdobramento das culturas homossexuais que tem como característica a valorização do corpo gordo, do pelo e da barba em diferentes subclassificações estéticas, performances e expectativas sobre esse corpo.

Sabendo que há uma cultura com um conjunto iconográfico, um conjunto discursivo e ambientes de socialização próprios, a pesquisa cruza resultados de pesquisas anteriores, entrevistas com membros da comunidade e materiais gráficos (como a revista *Bear Mais* e flyers de festas voltadas para o público ursino) com o objetivo inicial de levantar o histórico e a produção cultural dessa comunidade em São Paulo e, em um segundo momento, analisar as representações sobre o corpo e a virilidade desses ursos.

Palavras-Chave: Virilidade, Masculinidade, sexualidade, Identidade, Ursos, Bears, São Paulo.

ABSTRACT

This research proposes a historical perspective of analysis of the culture of the Bear Community, focusing on the city of São Paulo, being that an unfolding of the homosexual subcultures that has as characteristic the valorization of the fat body, hair and beard in different aesthetic subclassifications, performances and expectations on that body.

Knowing that there is a culture with an iconographic set, a discursive set and own socialization environments, the research cross results of previous researches, interviews with the community's members and graphic materials (as the Bear + Magazine and advertising of parties focused on "Bear public") with the initial objective to raise the history and that community's cultural production in São Paulo. And, in a second moment, to analyze the representations about the body and the virility of those bears.

Key Words: Virility, Masculinity, Sexuality, Identity, Bears, Ursos, Sao Paulo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Bear Flag International Brotherhood.....	30
Figura 2 – Capas da revista brasileira Bear Mais Magazine de 2015.....	46
Figura 3 – Logo do site Bear’s mailling list.....	61
Figura 4 – Publicidade da festa Bearland.....	65
Figura 5 – Logo da loja Sampa Bear e Camiseta Sampa Bear.....	66
Figura 6 – Flyer de divulgação da festa Mafia Club.....	68
Figura 7 – Anúncios publicitários do bar Vermont Bear.....	68
Figura 8 – Flyers digitais da primeira e segunda festa da Ursound em 2005 no espaço Dynamite Pub.....	70
Figura 9 – Flyers de divulgação da festa Ursound.....	71
Figura 10 – Cartão do bar Soda Pop.....	73
Figura 11 – Tirinha <i>Ber, The Bear</i>	102

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	13
Primeiros estudos ursinos.....	16
Por que uma pesquisa sobre os ursos?.....	21
Sobre as fontes.....	22
Entrevistas.....	23
Bear Mais Magazine.....	25
Estrutura da pesquisa.....	26
1. LEVANTAMENTO DA CENA BEAR E URSINA PAULISTA	27
1.1 - Ursos: comunidade, cultura, subcultura ou contracultura?.....	29
1.2 - Subcultura Bear americana.....	34
1.3 - Cena e cultura ursina paulista.....	36
1.4- Bear Mais Magazine.....	40
1.4.1 BEAR Magazine.....	42
1.4.2 Origens da revista Bear Mais Magazine.....	44
1.4.3 Primeiras considerações sobre a revista.....	45
1.4.4 Sobre os textos e sua repercussão na comunidade ursina paulista.....	48
1.5 - Sites e aplicativos.....	54
2 PRIMEIRAS EXPERIÊNCIAS DA COMUNIDADE URSINA PAULISTA	61
2.1 - Ursorama, Woof e Bearland.....	64
2.2 - Sampa Bear.....	66
2.3 - Beardance, Máfia Club.....	67
2.4 - Vermont Bear.....	68
2.5 - Ursound.....	69
2.6 - Caneca de Prata e Soda Pop.....	72
3 URSOS, FILHOTES E CAÇADORES: OS CORPOS DOS URSOS	77
3.1 Taxonomias.....	77
3.2 Urso e Chubby - Bear e os Girth & Mirth.....	80

3.3 Black Bears.....	82
3.4 O corpo político do urso.....	90
3.4.1 Amor marginal.....	91
3.4.2 “Comer fora”	92
3.4.3 Virilidade ursina.....	93
4 IDENTIDADE GAY E VIRILIDADE DO URSO.....	95
4.1 - A injúria no processo de formação da identidade gay.....	97
4.2 - Identidade ursina - “Viado gordo”.....	102
4.2.1 - “Ursificação”.....	105
4.2.2 - Saída do armário”.....	106
4.3 - Figura do urso e virilidade	109
4.4 - Bears e os Leathers.....	112
4.5 - A importância da barba.....	117
4.6 - Virilidade ursina.....	120
4.7 - Os lumberssexuais: a ursificação dos homens heterossexuais.....	123
5 CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	126
REFERÊNCIAS.....	133
ANEXOS.....	147

INTRODUÇÃO

Assumir-se urso foi durante muito tempo uma segunda saída do armário... ser urso não é simplesmente deixar a barba crescer e vestir uma camisa xadrez. Não!!! É muito mais que isso, é um estado de espírito, um estilo de vida, um jeito de ser¹.

Rafus Bear, 2015

Os ursos, brevemente, são homens que se relacionam sexualmente e/ou afetivamente com outros homens e tem, como característica, o culto ao corpo volumoso, a barba e aos pelos corporais. Outra característica seriam os espaços de socialização e de consumo desse grupo (FRANÇA, 2010). A citação acima nos é muito significativa pois expressa uma série de elementos do objeto de estudo que serão trabalhados ao longo dessa dissertação. Começando com a necessidade de “assumir-se urso” e a questão do armário (SEDGWICK, 2007), cujo processo é formador de uma identidade e virilidade próprias, temas dessa pesquisa.

Sobre a necessidade de assumir-se, há como pressuposto uma ideia de que todas as pessoas teriam seus papéis de gênero e orientações pré-definidas - “Macho, masculino, ‘ativo’ e heterossexual” (FRY, 1982) – e tornar público sua sexualidade seria parte de uma identidade. O “sair do armário” é esse tornar público, é tirar do espaço privado seu desejo e dizer para as outras pessoas sobre seu papel de gênero e/ou orientação sexual (SEDGWICK, 2007) e sofrer as consequências sociais do ato, podendo ser simbólicas ou até mesmo físicas e concretas. Há sempre um risco de assumir-se perante os outros. Entretanto, a questão da sexualidade e dos modos de vida homoerótico, como parte fundamental de uma identidade e perfis, é recente, datada dos avanços e debates das ciências médicas, psicológicas e sociais, principalmente durante do século XX nos anos 1960 (FOUCAULT, 1988).

¹ Nessa matéria, o entrevistado que se alcunha Rafus Bear, lembra de como era difícil encontrar visibilidade no meio gay sendo "urso" ou fora dos estereótipos gays midiáticos, pois "ser homossexual era ser a bicha caricata eternizada nos programas da TV". BEAR, Rafus. "Ser ou não ser urso: A grande saída do armário". Revista Lado A, 6 jul. 2015. Disponível em: <http://revistaladoa.com.br/2015/07/abraco-urso/ser-ou-nao-ser-urso-grande-saida-armario>. Acesso em: 03 jan. 2018.

A questão do “segundo armário” muda o sentido dado por Sedgwick (2007). Ela não pode ser entendida em relação à gordura corporal, uma vez que é algo visível e não pode ser modulada, fingida ou ocultada. O sentido dado na frase viria mais como um contrassenso da naturalização do gosto ou predileção por corpos jovens, lisos, magros e/ou musculosos, tomados como padrões de corpos belos e saudáveis, um modelo a se buscar (VIGARELLO, 2012; SANT’ANNA, 2016). Haveria, então, pela frase de Rufus Bear, uma “necessidade” de afirmar seu desejo por esses outros corpos, gerando o estranhamento e visto por ele como um segundo ato de “saída do armário”. E afirmar é mostrar ao invés de esconder, é um movimento contrário ao armário.

Os ursos, uma vez que possuem como características corpos gordos, peludos e, por vezes, mais velhos, negando o padrão de saúde e beleza dos corpos, seriam grupos de resistência aos padrões estéticos e sexuais? Seriam uma adequação aos estereótipos heteronormativos de uma masculinidade “relaxada”? Seria uma criação de uma nova estética e padrões? Ou haveria um “cuidado de si” para a busca e manutenção desse corpo? (FOUCAULT, 1984). Como visto, a questão não é tão simples e possui diversas camadas de diálogos e interpretações sobre esses corpos e suas identidades.

Qual seria o “estilo de vida” ou o “jeito de ser” de um urso? Um segundo ponto que nos chama atenção é sobre a definição de urso: temos os elementos formadores dessa identidade como a barba e camisa xadrez citados. Porém, o próprio autor deixa implícito que assumir-se “urso” também é aquele que compartilha uma estética dos corpos, gostos, virilidades e identidades em espaços de socialização, que seriam os “estilos de vida” ou “um jeito de ser”. Durante a dissertação veremos o porquê de não ser suficiente “deixar uma barba crescer e vestir camisa xadrez”, na fala do Rufus Bear, para se identificar como urso ou com a “comunidade”.

Por fim, é importante dar um passo para trás e historicizar os ursos, contextualizar sua origem dentro de uma perspectiva cuja “era narcisista” (LASCH, 1983) passou a caracterizar os movimentos sociais de contracultura dos anos 1970. Mas igualmente é relevante indicar as contribuições do movimento feminista com o

“movimento homossexual”, o qual questionava os papéis de gênero e a hierarquia nas relações sociais (GREEN, 2000).

No Brasil, até meados dos anos 1980, era presente, nos discursos da época, o sistema “bicha e macho” de representações sobre sexualidade. Os “machos” eram aqueles que penetravam (ou tinham uma posição “ativa” ou de “dominação” durante o sexo). Era imperativo os trejeitos masculinos. Os “machos” poderiam penetrar homens e mulheres sem perder completamente sua virilidade contanto que não permitissem ser “sodomizados”, ou seja, não serem penetrados nem por suas parceiras mulheres. E, do outro lado, as “bichas” eram aqueles homens cujo comportamento sexual era ser penetrado (ou também chamado de “passivos”, dominados ou “submissos” durante o sexo), também associados à feminilidade (FRY, 1982; PERLONGUER, 1987). Nesse sentido, os papéis de gênero eram definidos baseados na heteronormatividade.

Antes da palavra gay se tornar uma identidade de homens que buscavam relacionamentos afetivos e não apenas sexuais com outros homens, a palavra “entendido” era usada nos centros urbanos, principalmente paulista e carioca, para definir os homens com posturas masculinas e não necessariamente definir por elas suas preferências no ato sexual (FRY, 1982). Igualmente nos Estados Unidos, essa separação entre as Fadas (*Fairies*, homens afeminados) e Queers (próximo do que chamamos acima de “entendidos”) do início do século XX já estava sendo questionada (CHAUNCEY, 1994).

Novas identidades sexuais surgem a partir desse questionamento de cultura, identidade e sexualidade. Peter Fry acreditava que a tendência era o modelo “igualitário” (casal gay-gay/lésbica-lésbica) substituir gradualmente o modelo hierárquico (macho-bicha/butch-femme). Apesar das conquistas políticas e sociais, ainda há, dentro das subculturas homossexuais, uma certa permanência da hierarquia das relações na economia da sociabilidade cujos papéis sexuais, enunciados de passividade e efeminação são vistos com poucos valores em oposição às identidades ativas e masculinas - sendo possível perceber essa permanência nos aplicativos e sites de relacionamentos voltados para o público homossexual masculino (BUTTURI JUNIOR, 2014).

O termo “movimento homossexual” definia os grupos e coletivos homossexuais entre os finais dos anos 1970 até os anos 1980, que também incluíam mulheres lésbicas, bissexuais, travestis e pessoas transexuais, mas não dava visibilidade para as categorias. O termo “Gays, Lésbicas e Simpatizantes”, o “GLS”, foi usado nos anos 1990 menos como movimento político e mais para identificar os espaços de comércio e mercado “*gay friendly*” (com público misto, não segmentado entre homossexuais e heterossexuais). Foi a necessidade de dar visibilidade ao movimento e suas categorias que impulsionou a sigla LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travesti e Transexuais). (GREEN, 2000; FACCHINI, 2002; FRANÇA, 2006. p. 37). Os ursos, tanto americanos quanto brasileiros, fazem parte, devendo muito a luta e militância pelos direitos da atual população LGBT.

Primeiros estudos ursinos

Durante o levantamento das leituras e pesquisas sobre o tema, foi observado que os ursos ou a “comunidade ursina” começam a ser temas de publicações e pesquisas nos Estados Unidos no final dos anos 1990 e início dos anos 2000 (WRIGHT, 1997 e 2001; SURESHA, 2002; HENNEN, 2008). Sobre suas origens, os autores não apresentam uma datação exata sobre qual seria a primeira “caverna” (bar de ursos) ou a primeira festa. É um dos debates entre os diferentes pesquisadores.

Em julho de 1979, em um artigo intitulado “*Who’s Who in the Zoo: A Glossary of Gay Animals*”, publicada na revista *Advocate*, o autor Georges Mazzei publicou um texto cômico propondo uma série de animais que seriam associados aos diferentes “tipos” de gays e lésbicas (MAZZEI, 1979, p. 42-43). O texto foi acompanhado de ilustrações feitas por Gerard Donelan dos ursos, corujas, cisnes, gazelas, gatinhos e outros bichos do zoológico homossexual, seguido de descrições jocosas sobre o que comem, o habitat natural, descrição e peculiaridades. Ele descreve os ursos como “tipos grandes e pesados... Eles têm grandes peitorais e barrigas, maiores que a média, e notáveis pernas musculosas.”² (MAZZEI, 1979). O

² “Bears are usually hunk, chunk types... They gave larger chests and bellies than average, and notably muscular legs.” (MAZZEI, 1979). Livre tradução.

primeiro estudioso da “comunidade ursina”, Les Wright, indica que esse artigo seria a primeira descrição impressa sobre os “bears” (WRIGHT, 1997).

Além desse artigo haveria notícias de primeiros eventos em moto-clubes, ou encontros cujos homens não se sentiam bem-vindos em espaços gays *mainstream*. A abertura do bar *Lone Star Saloon*, em 1989, no distrito de *South of Market* em São Francisco, é visto por muitos como um dos marcos mais importantes na formação da “comunidade ursina”. Conhecido como a “meca dos ursos” foi frequentado inicialmente por motociclistas e outros que usavam roupas de couro (por isso há uma ligação entre os ursos e a cultura *BDSM* e *Leather*³), que somados à criação e comercialização da revista *BEAR* no *Lone Star Saloon* e o efeito social dos casos de AIDS nos anos 1980, teriam feito os ursos se unirem e ficarem mais conhecidos, uma vez que não se sabiam as causas ou profilaxia da doença, apenas sabiam que as pessoas emagreciam e morriam. Os ursos, devido ao volume dos corpos, seriam associados à saúde e não-soropositividade.

“Um dos motivos que eu considero que houve uma explosão de interesse e atividade em torno da comunidade dos ursos é que muitos gays, à medida que envelhecem, engordam e não se encaixam no modelo do magro, jovem rapaz”, disse Stevo Harris, editor da revista “Bear’s Life”. ‘Eles procuram novos modelos - e descobrem que há uma comunidade de ursos na qual os homens têm corpos reais, não as fantasias que você vê na televisão’.
(KAYE, 2007).⁴

A citação acima indica outro discurso dos ursos, que inclusive é percebido nas falas dos entrevistados desta pesquisa. A questão do envelhecer, de ganhar peso e de não se sentirem mais aceitos (ou sexual-eroticamente atraente) nos espaços de socialização considerados gays em geral, fazendo-os buscar seus próprios espaços e ressignificar modelos e valores dos seus corpos. Explodindo, então, como uma

³ Bondage, Disciplina, Sadismo e Masoquismo, ou *BDSM* é considerado mais do que uma prática sexual, pode ser lido também como outra subcultura não exclusiva do meio gay, mas praticantes de diversas orientações sexuais e gênero a seguem. Se refere a práticas de fetiche relacionado a imobilizar e/ou incitar o prazer por meio da dor, tortura, cócegas ou submissão consentida. Já o *Leather* é aquele que tem fetiche por roupas e acessórios de couro como o harness, ou arrião, que são tiras de couro com argolas que a pessoa usa no peitoral. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20120204120709/http://www.domsb.info/glossary.shtml>. Acesso em 4 mar. 2018.

⁴ "One reason I think there's been such an explosion of interest and activity around the bear community is that a lot of gay guys, as they get older, find [they put] on weight and don't find themselves fitting the model of the svelte, young guy," said Stevo Harris, publisher of "A Bear's Life" magazine. "They look around for new models — and they discover there's a bear community in which men have real bodies, not the fantasies you see on television." (KALE, 2007). Livre Tradução. Disponível em: <http://www.latimes.com/news/la-op-kaye4feb04-story.html>. Acesso em: 4 mar. 2018.

oposição identitária a cultura gay mainstream. Interessante é que a “comunidade ursina”, na fala acima, não é voltada inicialmente para aquele jovem gordo, mas isso discutiremos mais tarde.

Podemos inferir até o momento que, de acordo com os autores citados anteriormente, haveria não apenas uma origem, mas uma soma de fatores que levaram os ursos a serem conhecidos como uma subcultura homossexual: o fato de não se sentirem incluídos ou bem-vindos no meio gay comercial; a negação da identidade gay padrão da época, relacionada ao discurso da busca de uma outra postura cujo estilo não modificasse o corpo ou a aparência; a resignificação de espaços de socialização voltados para esse novo público; os efeitos sociais da epidemia da AIDS. Faltava ainda o último fator: a internet.

Nos anos 1990, com a popularização dos computadores pessoais, a difusão da internet, seguido da criação de sites de bate-papo, blogues pessoais e redes sociais, a ideia de urso e da “comunidade ursina” se espalha. Na mesma medida, a subcultura ursina se internacionaliza e novas pesquisas, ou arriscando chamar de “*Bear studies*”⁵ (KAYE, 2007), surgem em outros países como México (MARMOLEJO, 2004), Austrália (HAY, 1997; HYSLOP, 2001; SHARMAN, 2001), Japão e Turquia (SURESHA, 2002), Argentina (TILOCA, 2013) e Brasil (DOMINGOS, 2010; FRANÇA, 2010; GONZALEZ JÚNIOR, 2012; GASPARI, 2013; SCAGLIUSI e FERNÁNDEZ, 2015; DINIZ, 2017). Com relação ao Brasil, a maior parte das pesquisas possuem o enfoque na “comunidade ursina” de São Paulo, onde encontramos uma maior variedade, frequência e público nos diferentes encontros, bares, festas, saunas voltadas para os ursos.

Em São Paulo, durante as entrevistas feitas para a pesquisa, colaboradores também indicaram o papel da internet como fundamental para a formação dos primeiros grupos de ursos na capital. O programa de bate-papo mIRC⁶ foi indicado

⁵ O termo referência à aposta de Kaye quem identifica o aumento do número de pesquisas sobre a “comunidade ursina”, apostando o título de “estudos ursinos” para classificar essas pesquisas sobre o tema.

⁶ ZARAMELA, Luciana. “O Bom e velho mIRC não morreu”. O mIRC era um programa desenvolvido em 1995 por Khaled Mardam-Bey para o sistema operacional Microsoft Windows. O usuário fazia o download do programa, criava um *login* e senha para poder entrar em diferentes salas de bate papo. Os grupos eram divididos por sala de Bate Papo. A sala dos ursos era a #ursosdobrasil. Disponível em: <https://canaltech.com.br/entretenimento/o-bom-e-velho-mirc-nao-morreu-112/> Acesso em: 03 jan. 2018.

como uma das ferramentas usadas no fim dos anos 1990 e começo dos anos 2000, junto com o ICQ⁷, por alguns membros para combinar encontros e conhecer pessoas novas. Outras ferramentas também foram usadas posteriormente como os blogs no Fotolog⁸, as comunidades do Orkut⁹, que foram migrando gradualmente para o Facebook¹⁰ e também sites como *Ursos do Brasil*¹¹ e o *Ursos.com* (hoje www.bea.rs). Reforçando esse papel das redes e mídias sociais na divulgação e formulação da “comunidade ursina” nos anos 2000.

Em 1999, em uma matéria para a revista *G Magazine*¹², o Jornalista Marcos Brandão (1999, p.52-55) fez uma análise da recém formada “comunidade ursina”:

“Cansados de serem vítimas da ditadura estética vigente, que requer corpos depilados, homens que assumem com orgulho os pelos e encontram nos mesmos seu fetiche supremo resolveram se mobilizar em prol do encontro entre semelhantes. Muitos também ostentam uma barriguinha protuberante, o que lhes rendeu o conceito comum de serem gordos e peludos. Mas os bears (ursos) – como se autodenominam – têm seus próprios padrões de comportamento, idolatria e até um código específico de comunicação. Possuem uma comunidade virtual emancipadíssima e em países onde estão mais organizados, como Estados Unidos, Holanda e Bélgica, promovem encontros de médio e grande porte que chegam a reunir mais de mil “filiados”. No Brasil, onde há grande miscigenação de raças peludas,

⁷ Programa de comunicação por mensagem instantânea da internet, criado em 1996, ainda ativo, mas não tão popular quanto nos anos 2000. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/ICQ>. Acesso em 03 jan. 2018.

⁸ O site foi criado em maio de 2002 em Nova York, nos Estados Unidos, por Scott Heiferman, cujos usuários postavam fotos em blogs pessoais. O site chegou a ter mais de 32 milhões de usuários. Foi paralelo ao sucesso do Orkut, um site de relacionamentos cujos usuários criavam perfis e entravam em comunidades para participar de fórum de discussão. Uma vez que o site de relacionamentos Orkut limitava o número de fotos dos usuários, a popularidade do Fotolog aumentou. (TOZETTO, 2016).

⁹ Foi uma rede social, anterior ao Facebook, criada em 2004 e desativada em 2014. O nome vem do seu criador Orkut Büyükköten, engenheiro de origem turca, filiado ao Google. A rede teve mais de 30 milhões de usuários. Para mais informações, disponível em: <http://pt.m.wikipedia.org/wiki/Orkut> Acesso em 03 jan. 2018.

¹⁰ Rede social, criada em 2004 por Mark Zuckerberg, hoje considerada a maior rede social do mundo, atingindo, em 2012, um bilhão de usuários ativos. Para mais informações, disponível em: <http://pt.m.wikipedia.org/wiki/Facebook>. Acesso em 03 jan. 2018.

¹¹ Site paulista que circulou entre os anos 1997 e 1999. E teve sua versão carioca entre 1999 e 2003. Uma vez que os sites e blogues não tinham um fim lucrativo, muitos acabaram por falta de tempo e interesse dos autores. Entretanto seu aparecimento na internet é indicado como importante nessa primeira divulgação e contato de muitos usuários com o conceito de “urso” e da “comunidade” ursina. De acordo com o site *Ursos do Rio*, disponível em: <http://www.ursosdoriorio.com.br/2007/02/historia-dos-ursos-no-brasil-com-um-foco.html>. Acesso em 03 jan. 2018.

¹² Revista lançada em outubro de 1997, foi conhecida como a publicação mensal de maior circulação voltada o público gay. Famosa por publicar fotos de homens famosos nus, além de matérias sobre cultura, moda, notícias e opinião em geral. De acordo com a matéria publicada no jornal *Folha Ilustrada* de 26/05/2005. Matéria “ ‘G Magazine’ muda e público atinge quase metade da ‘Playboy’ ” pela jornalista Camila Marques. A revista foi publicada até junho de 2013. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u50966.shtml> Acesso em 03 jan. 2018.

como portugueses e espanhóis, o movimento tem tudo para decolar. **Embora só tenha ganhado contornos mais nítidos no fim de 1997**, já agrupa centenas de amigos virtuais e realiza reuniões e festas periódicas em três grandes cidades: São Paulo, Rio e Brasília. Mas, afinal, quem são os ursos e o que pretendem? ” (Grifo nosso)

O ano de 1997 é indicado como o início da “comunidade ursina” por conta do surgimento do site Ursos do Brasil pelo autor de alcunha “Urso BR”, quem descobriu a “comunidade ursina” americana por meio da internet e teve a oportunidade de viajar para os Estados Unidos, quando conheceu pessoalmente um grupo em Dallas. Na matéria, o autor afirma ter ocorrido, também em 1997, o primeiro encontro de ursos no Rio de Janeiro, em novembro, em um bar “não-gay” de Ipanema, o Barril 1800¹³: “Reuniu apenas pouco mais de uma dezena de adeptos. Os eventos se tornaram constantes (por volta de uma vez ao mês), passaram a ser em bares e boates gays e hoje agrupam por volta de cinquenta ursos”.

Em seguida o artigo data o primeiro encontro *bear* paulistano, no dia quatro de abril de 1998, em um bar onde também não era conhecido pelo público gay, na região dos Jardins, com um público de aproximadamente 60 pessoas. Além de outros encontros privados realizados nas casas de amigos. Um tópico curioso é a relação dos imigrantes espanhóis e portugueses com os pelos corporais e a virilidade. Les Wright também aborda o assunto relacionando a questão imigratória de judeus e italianos, cujos corpos teriam como característica além dos pelos corporais os valores da classe trabalhadora¹⁴ (uma vez que, pela condição social de imigrantes, muitos eram trabalhadores braçais ou *Blue-Collar*) valorizados pela “comunidade ursina”¹⁵. Há outros tópicos interessantes para serem discutidos no texto citado acima, mas tomaremos fôlego para abordar os temas nos próximos capítulos da pesquisa (como o tema dos pelos, da barba e da gordura corporal como indexadores de uma identidade ursina).

Como se trata da fonte mais antiga encontrada até então, aproveitamos o momento para apresentar seu recorte temporal. Entendemos o fim dos anos 1990 e começo dos anos 2000 como o momento onde ocorrem as primeiras manifestações

¹³ Bar onde ficava na esquina da Avenida Vieira Souto com a Rua Rainha Elizabeth, fechou suas portas em 2007 para reformas. Hoje abriga outro bar chamado Astor.

¹⁴ Mesmo se tratando de uma maioria de classe média Urbana, como aponta o próprio autor.

¹⁵ Os corpos dos trabalhadores braçais são considerados mais autênticos do que os “artificiais” corpos moldados nas academias de ginástica (LES WRIGHT, 1997).

da “comunidade ursina” em São Paulo. Baseado na citação da revista G Magazine, o recorte se inicia em 1997, ano do encontro com “pouco mais de uma dezena de adeptos” e termina em 2018, quando a festa *Ursound*¹⁶ completa 13 anos de existência, comemorados no espaço *Audio Club*, cuja capacidade é de 3.500 pessoas¹⁷, além de participar da programação oficial da Virada Cultural¹⁸ na cidade. A pesquisa se encerra, por conta dos prazos de entrega, mas a discussão permanece aberta para novas propostas e temas.

Por que uma pesquisa sobre os ursos?

Ao escolher tratar o tema dos ursos no campo da história, alguns problemas vieram à tona. O primeiro problema seria a definição de urso e das fontes de pesquisa: o que é um urso e a “comunidade ursina”? Onde poderíamos encontrar os primeiros registros de reunião desses homens? Como se deu a formação desse grupo cujos encontros movem mais de 3000 pessoas nos dois dias de festa *Ursound*, na semana da Parada do Orgulho LGBT de São Paulo? Eles possuem algum projeto, militância ou agenda política? Em um segundo momento, nos chama a atenção a insistência ou a valorização de atributos como a barba, os pelos e a gordura corporal como parte dessa identidade do urso, remetendo a uma masculinidade dominante socialmente construída (BOURDIEU, 2002).

Mas como se daria, então, a relação entre virilidade e uma subcultura homossexual? Quais seriam as negociações entre masculinidade, corpo e sexualidade? - Seriam corpos que resistem à uma cultura gay construída? (ERIBON, 2008). Ou seriam corpos conservadores na busca por imitar uma estética heteronormativa? - Por último, como trazer essa discussão tão impregnada de antropologia, sociologia e etnografia para o campo da história? Entre todas as

¹⁶ O perfil @Ursound.club, que é a página da festa no Instagram, possui mais de 25.600 seguidores. E sua página no Facebook tem mais de 21 mil curtidas e seguidores. Acesso em: 21 de maio de 2018. Dessa forma conseguimos visualizar a proporção de frequentadores da festa e possíveis membros da “comunidade” ursina.

¹⁷ De acordo com o site da casa de shows. Disponível em: <http://www.audiosp.com.br/>. Acesso em: 27 mai. 2018.

¹⁸ Inspirado na *Nuit Blanche* francesa, a Virada Cultural é um evento promovido, desde 2005, pela Secretaria de Cultura da Cidade do município de São Paulo. Diversos shows, espetáculos de dança, teatro, música clássica, performances, circo, saraus e outras atividades culturais ocupam o centro e periferia da cidade, durante 24 horas, das 18h do sábado até às 18h do domingo. Disponível em: <http://viradacultural.prefeitura.sp.gov.br/>. Acesso em 27 mai. 2018.

perguntas que orbitam o tema, essa pesquisa tem como objetivo fazer o levantamento descritivo da cena ursina paulista, buscando, por meio do cruzamento das fontes, os primeiros registros e as experiências dos entrevistados na “comunidade”. Em um segundo momento, a pesquisa aproveita para fazer uma reflexão sobre virilidade e a subcultura dos ursos.

É importante pontuar que, apesar de recente, não estamos tratando de um movimento efêmero e pontual. Esse segmento ou subcultura tem se espalhado pelos circuitos gays das grandes cidades de diversos países. Manifestou-se também em outros estados do Brasil, mas teve sua maior projeção na cidade de São Paulo, onde podemos identificar um número maior de eventos, publicações e espaços de socialização voltados para esse público, atraindo seus membros de outras cidades, estados e países – hoje sendo parte do circuito turístico obrigatório para aqueles que se identificam com a chamada “comunidade ursina”.

Apesar do crescimento, ainda estamos falando de uma subcultura gay, ou seja, uma rede de sociabilidade periférica à “comunidade” gay hegemônica e midiática, havendo ainda o desconhecimento do tema, até mesmo entre homens gays, quanto mais nas universidades. O que, de certo modo, também justifica sua apresentação e pesquisa no campo da história. Não pretendemos apenas afirmar que os ursos possuem história, no sentido de um histórico, até então já abordado pelas ciências sociais, mas igualmente defender o olhar do historiador que mostra além desse universo, as diferentes representações, como elementos discursivos dos ursos estão inseridos e dialogam dentro de um contexto sociocultural historicizado. E esse olhar se concretiza no trabalho com as fontes e no cruzamento dos dados. E é sobre as fontes que iremos tratar a seguir.

Sobre as fontes

Apesar da escassa quantidade de pesquisas sobre a “comunidade ursina” no Brasil, citadas no início do texto, o enfoque dessas produções é muito mais voltado para as práticas atuais, com relatos etnográficos, antropológicos e/ou sociológicos, do que a ênfase no histórico das atividades desses grupos. É o momento no qual encontramos uma lacuna a ser preenchida pela presente pesquisa. E quais fontes

poderíamos usar? Como a formação dos grupos e festas ursinas é um fato recente, os métodos da história oral para entrevistas e análise dessa fonte vieram ao encontro da pesquisa.

Entrevistas

As entrevistas foram baseadas na metodologia da história oral híbrida (MEIHY, 2011), ou seja, aquela que faz o cruzamento documental com as entrevistas e outras fontes como, por exemplo, os textos teóricos, a revista *Bear Mais Magazine*, flyers das festas e artigos diversos sobre a “comunidade ursina” na internet).

Não foram encontrados outros tipos de registro, além das pesquisas acadêmicas, sobre as vozes de pessoas que frequentam os espaços e se identificam como ursos, que abordam aspectos mais íntimos, identitários e da “comunidade”. Quando se falam sobre os ursos, no geral, falam dos elementos que os caracterizam (homens grandes, com pelos corporais e barba) sem se aprofundar na história da “comunidade” e os diálogos com as outras culturas homossexuais. Há um esvaziamento do discurso reduzindo as festas e a própria “comunidade” como apenas mais um espaço de diversão e flerte, onde não haveria conflitos, atritos ou negociações com outros tipos de corpos ou homossexualidades.

Entrevistas foram realizadas sob o método “bola de neve”, onde um colaborador indica uma próxima pessoa para ser entrevistada (ACHILLI, 2005). O método possui um risco de cair em um determinado ciclo de amizade e acabar tendo visões e/ou versões muito parecidas, ocultando divergências e diferentes versões. Entretanto, o método usa os próprios sujeitos como facilitadores para o acesso de novos colaboradores, uma vez que é muito difícil acessá-los quando você não está inserido no contexto. O objetivo das entrevistas é apresentar, a partir dos relatos de pessoas residentes em São Paulo e que se consideram pertencentes à “comunidade ursina”, as diferentes experiências do grupo e analisar, por meio de um desenho de estudo qualitativo, o entendimento de ‘ser urso’ e sua identidade.

Para o seu desenvolvimento foi criado um roteiro (Anexo I) que priorizava obter narrativas de histórias de vida e temática. Tivemos oito conversas com diferentes membros da “comunidade”. O perfil era de homens acima de 35 anos, moradores de São Paulo, não necessariamente nascidas na cidade, mas que frequentam ou

frequentaram os bares, festas e outros espaços considerados “ursinos” nos últimos 10 anos. Os primeiros nomes foram de DJs de festas temáticas voltadas para a “comunidade ursina” e os sócios do bar *Soda Pop*, onde acontecem os encontros. Todos os participantes, por motivos éticos, assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido sobre a participação na pesquisa (Anexo II). Nesse termo, os entrevistados escolheram revelar ou não os seus nomes durante o texto. Pelos mesmos motivos, trocamos os nomes dos entrevistados por letras “A, B, C, D...” para aqueles que preferiram não revelar seus nome ou com falas específicas, importantes no processo da pesquisa, que poderiam comprometer os entrevistados.

Os locais onde ocorreram as entrevistas foram definidos pelos próprios colaboradores a fim de que se sentissem à vontade para falar, inclusive de temas mais íntimos. O roteiro das entrevistas foi estruturado de forma temática, com perguntas abertas, ou seja, com perguntas voltadas ao tema da pesquisa, mas sem restringir possibilidade de novas questões ou direcionamentos promovendo uma mediação entre as necessidades da pesquisa e registros de memórias e de outros assuntos que nos ajudam inferir a subjetividade dos colaboradores. As entrevistas tiveram duração média de uma hora e meia para deixar o entrevistado mais livre, ganhar confiança e ter um registro considerável que possibilitasse explorar outros temas em futuras pesquisas.

Foram levantadas pesquisas anteriores sobre o mesmo tema a fim de não repetir o que fora estudado, bem como dialogar com esses materiais. Uma vez que o conceito de “comunidade”, como tema de pesquisa, deve ser lembrado pela natureza dinâmica das relações, símbolos, memórias etc. Os registros foram analisados e dialogados com outras fontes: como a discussão teórica, as pesquisas realizadas anteriormente sobre o tema e a revista *Bear Mais Magazine*. A revista tem importância nessa pesquisa devido ao fato de ter dez anos de publicações mensais realizadas por e para pessoas que se identificam enquanto ursos e/ou admiradores, além de sua criação estar associada a formação da “comunidade ursina” paulista. Uma das formas encontradas para ter um distanciamento dos métodos usados pelas outras disciplinas, foi tratar essas pesquisas como fonte historiográfica, abordando os diferentes pontos de discordância e como se deram os processos de formação dos grupos, festas e identidade ursina.

Bear Mais Magazine

Uma das fontes escolhidas para trabalhar o tema foi a revista *Bear Mais Magazine*, uma revista eletrônica (ou seja, não há publicação impressa). Por meio de seus textos, imagens e publicidade podemos identificar os seus discursos, as permanências, incoerências, repetições que constituiriam e consolidariam as representações e imaginário sobre o corpo, constituiriam as identidades e a ideia de “comunidade ursina” na revista, além de evidenciar os diálogos com as outras subculturas homossexuais.

Apesar de não tratar se de fonte impressa, que circula em bancas de jornais, a circulação virtual tem número bastante expressivo: 17 mil e 21 mil downloads, nas capas do Wellington Bianzeno e do Joan Munhoz, respectivamente (LUCON, 2013). Podemos tangenciar o alcance da revista com a coluna *Bear Mail* (a partir da edição 55, de junho de 2012. Antes *Bear Correio* ou *Cartas*) que traz comentários de diferentes leitores, de vários estados brasileiros sobre os textos da edição anterior (prática comum de revistas impressas). A seção nos indicaria não apenas o alcance da revista, mas também o impacto na formulação ou projeto de uma imagem sobre a “comunidade ursina”, especialmente a “comunidade” paulista.

Este trabalho não pretende declarar que a revista seria uma imagem real da “comunidade” ou do grupo, mas sim de um “projeto de comunidade” no qual se busca afirmar ou construir. Mesmo porque, sua origem é paralela ao “nascimento” e crescimento da “comunidade” de ursos em São Paulo. É importante também considerar o aspecto efêmero das culturas que se chocam e repensam seus arranjos constantemente, principalmente as noções sobre o corpo e seus significados. Mas, nem por isso devemos deixar de estudá-las enquanto prática atual e suas antigas versões e entender como houve o processo de mudança dos seus entendimentos.

Em um momento em que há grandes debates na academia sobre gênero: sexualidades, homossexualidades, teoria *Queer* e as críticas dos outros movimentos, ao trazer o tema dos ursos, ou “comunidade ursina”, essa pesquisa pretende participar desse debate contribuindo com uma perspectiva histórica do tema.

Estrutura da Pesquisa

No primeiro capítulo, o texto tem como objetivo inicial questionar o próprio nome enquanto comunidade, trazendo o debate sobre a nomenclatura do grupo. Em seguida, o capítulo traz as leituras sobre a experiência americana para em seguida apresentar alguns elementos da cena ursina paulista atual: publicações e os espaços de socialização (bares, festas, sites e aplicativos de relacionamento).

No segundo capítulo faremos o levantamento das primeiras experiências da “comunidade ursina” paulista encontradas durante a pesquisa, fazendo uma breve descrição das festas, seus espaços de consumo, os organizadores e alguns relatos citados nas entrevistas. Será quando cruzaremos entrevistas com outras fontes encontradas para entender de que forma São Paulo virou a cidade com maior número de festas e encontros voltados para a “comunidade ursina” no Brasil.

Após ter apresentado as definições e os primeiros registros, o terceiro capítulo propõe trazer o debate sobre os limites e negociações entre a identidade da “comunidade ursina” e suas taxonomias por meio do corpo, questionando inclusive se haveria alguma agenda política dentro do grupo dos ursos. Corpos gordos que transam seriam formas de resistência aos padrões físicos ou criam novas estéticas e padrões de abjeção?

Por último e não menos importante, o texto propõe pensar a identidade e virilidade gay desse urso. Quais são os limites e as negociações entre virilidade e a subcultura homoerótica dos ursos? A pesquisa tentará inferir sobre as referências, os sentidos e os diálogos por trás das representações desses corpos ursinos. Para tal, a pesquisa faz, desde o começo, o cruzamento de produções acadêmicas anteriores, entrevistas, artigos e análise dos materiais de divulgação de festas.

1. LEVANTAMENTO DA CENA BEAR E URSINA PAULISTA

Convidamos você para passear conosco pelo centro da cidade de São Paulo. Vamos caminhando mentalmente entorno da Praça da República e Largo do Arouche, este que já teve vários nomes como Largo do Ourivo, Largo da Artilharia, Praça Alexandre Herculano e hoje faz homenagem àquele que era proprietário de boa parte da região central da cidade conhecida como Vila Buarque, o Marechal José Arouche de Toledo Rendon (NETO, 2014). Projete seu corpo para os cheiros, barulhos, cores e odores dessas zonas de passagem que abrem seus comércios pela manhã. Passam-se os operadores de telemarketing, artistas e artesãos à procura de material de trabalho, os executivos e trabalhadores da região, catadores de materiais reciclados que vendem o que coletaram na Rua Aurora. Do lado, dos “inferninhos” que tocam música até de manhã. A “Menina e o Bezerra” de Luís Christophe, Aureliano Leite e outras esculturas observam os passantes moços e senhores que caminham e olham para os lados antes de entrarem no antigo cinema pornô ou na discreta sauna da praça do Arouche. Professores protestam na frente da Secretaria da Educação do Estado de São Paulo. Tem-se também os estudantes da Aliança Francesa ou da Escola da Cidade na Rua General Jardim, turistas e outros pedestres.

À noite, os espaços são resignificados por outros passantes. Passam-se famílias que vão jantar no *Gato que Ri* ou no famoso restaurante francês, em frente ao mercado das flores, o *Le Casserole* eternizado pelo cantor Criolo. Passam prostitutas, michês, travestis, travestis-prostitutas, moradores de suas ruas ou dos prédios, imigrantes de países africanos que se encontram e relembram seu país em um churrasco de peixe na frente de um bar, na travessa da Rua Aurora com a Rua do Arouche, migrantes nordestinos que se encontram e resignificam a cidade nos pequenos bares da região onde predominam os forrós e outros ritmos nordestinos nas *jukeboxes* ou reprodutores de MP3, os frequentadores das academias com suas vitrines e corpos à mostra para os pedestres e motoristas mais atentos, amigos que saem das baladas da região para comer um lanche na Padaria Gêmel antes de irem para suas casas. Talvez um passante comum não perceberia as pequenas nuances,

as fronteiras simbólicas e camadas de historicidade desses diferentes espaços, que podem estar inclusive justapostos.

Entre a Praça da República e o Largo do Arouche encontramos a Avenida Doutor Vieira de Carvalho, que quando somados à Rua do Arouche, Rua Aurora e a Rua Marquês de Itu, formam um espaço onde podemos identificar diversos ambientes fixos ou periódicos de socialização, como bares, saunas, cinema, casas noturnas que realizam encontros e festas temáticas onde as “bichas”, “viados”, “sapatas”, “ursos” e “mariconas” se encontram¹. Os bares reconhecidos como local de encontro dos ursos e dos homens mais maduros são o *Soda Pop*, o *Caneca de Prata* e suas lanchonetes adjacentes, localizados na mesma quadra da Avenida Doutor Vieira de Carvalho. Nos finais de semana, durante o período da Parada GLBT, nos feriados e suas vésperas, são os dias de maior movimento na rua e nos bares da “Vieira”, como é chamado a avenida pelos frequentadores. Os clientes do *Soda Pop*, *Caneca de Prata* e lanchonetes vizinhas disputam espaços em suas respectivas calçadas para depois irem para as festas *Ursound*, *Bigger*, *BearHugsXL*, *Eagle* ou até mesmo o “Amigos Bailam Comigo”, o *ABC Bailão*² (RIPARDO, Sérgio. 2008).

Desde a última década, um segmento da comunidade gay saiu do underground e tomou a noite paulistana, com mais adeptos conforme os anos se passaram: a comunidade dos Ursos (ou *Bears*)³. Com relação à definição, do que seria um urso, não há um consenso entre os autores, mas à grosso modo, essa “comunidade”⁴ é uma subcultura homossexual⁵, formada por homens que se relacionam sexualmente

¹ A escolha pelas palavras como “viado” e “bicha” fazem referência a uma militância contemporânea que distorce os sentidos pejorativos das palavras, valorizando-as e usando como parte dessa identidade gay.

² ABC Bailão é uma casa noturna localizada na Rua Marquês de Itu, 182. Conhecida pelo seu antigo nome, *Hommo Sapiens (HS)* entre os frequentadores com idade acima de 50 anos.

³ Para nos referirmos à comunidade ursina americana optamos por usar o termo em inglês “*Bear*” e para falar sobre a experiência brasileira usaremos a palavra urso durante o texto da pesquisa.

⁴ Apesar de serem chamados de “Comunidade ursina”, o conceito comunidade permanece, durante todo o texto, entre parênteses por conceitualmente não se tratar de uma comunidade, mas sim, concordando com Isadora Lins França, de uma rede de sociabilidade. Não pretendo aprofundar o texto no debate teórico sobre o conceito, uma vez que já foi feito e bem elaborado pela autora, entretanto, como os próprios entrevistados e frequentadores dos espaços se chamam de “comunidade”, usarei o termo durante a escrita do texto.

⁵ O termo “subcultura” foi encontrado nos trabalhos de Les Wright, Suresha e outros autores americanos usados na pesquisa. Entendendo o conceito de subcultura não de forma depreciativa ou

e/ou afetivamente com outros homens⁶, apreciam certas características ou atributos corporais e atitudinais dentro da rede de socialização, que são um corpo gordo ou volumoso, o uso da barba, o culto aos os pelos corporais e a valorização de uma certa masculinidade em oposição aos estereótipos atléticos, lisos ou magro, reconhecidos como estereótipos da identidade gay construído historicamente.

Nesse primeiro capítulo citaremos o histórico das pesquisas que se questionaram sobre a definição de urso, apresentando os diferentes aspectos, para, em seguida, resgatar o debate sobre a nomenclatura do grupo. Em um segundo momento, abordaremos a experiência da comunidade *Bear* americana e por fim, executar o levantamento descritivo de festas, revistas e aplicativos “de ursos” encontrados na cena paulista atual.

1.1. Ursos: comunidade, cultura, subcultura ou contracultura?

Logo de início nos deparamos com um problema teórico: O que é um urso? Por quê comunidade? Seria uma irmandade? Seria um movimento local ou global? Seria um gueto gay? Um conjunto de festas e bares? Uma subcultura? Quais outras formas possíveis de nomear esse grupo de homens que compartilham espaços, estilos, modos de se vestir, formas de se comportar, termos e gírias específicas?

Sobre as definições do que seriam ursos, todos os autores estudados nessa pesquisa concordam que não há um consenso (WRIGHT, 1997 e 2001; SURESHA, 2002; HENNEN, 2008; DOMINGOS, 2010; FRANÇA, 2010; GONZALEZ JÚNIOR, 2012; GASPARI, 2013; SCAGLIUSI e FERNÁNDEZ, 2015; DINIZ, 2017). Seria repetitivo citar cada uma de suas definições pois há diferentes aspectos levantados como: a questão do corpo volumoso, barba e pelos corporais; de uma certa “atitude” que seria própria do urso; a própria identificação (interno); o julgamento ou

hierárquica, mas é entendido como um desdobramento de uma cultura gay, ou seja, mais uma forma ou experiência de ser homossexual que possui algumas características em comum dentro de uma cultura gay. O urso, ou a “comunidade ursina”, seria uma possibilidade ou alternativa de ser homossexual que fugiria ou resistiria aos estereótipos, ao mesmo tempo da injúria, sobre a cultura gay ou da figura do homossexual comercializado nos meios de comunicação, nas artes, literatura e publicidade.

⁶ O uso do termo “homens que se relacionam afetivamente e/ou sexualmente com outros homens” é um recurso interessante para não restringir as identidades desses sujeitos. A expressão foi usada inicialmente por Regina Facchini (2008) e depois por Isadora Lins França (2010).

aprovação dessa identidade pelos outros membros do grupo (externo); também podemos falar da relação de consumo de produtos voltados para se sentir parte do grupo ou até mesmo para a manutenção dessa identidade; poderíamos até provocar dizendo que os ursos não passariam de grupos de amigos que se encontram em espaços de socialização, identificados por eles mesmos como “de ursos”, em busca de parceiros afetivos/sexuais, mas mesmo assim não contribuiríamos em nada com o debate. A resposta ainda é plástica e temporal.

E o grupo dos ursos? Poderíamos tentar pelo avesso. Levantar e descrever o que os ursos não seriam. Certamente não se trata de um grupo organizado como as torcidas de futebol, com suas carteirinhas de filiação ou encontros privados “somente para membros” (WRIGHT, 1997). Qualquer pessoa que quiser conhecer ou frequentar os espaços considerados “de ursos”, bastaria ir ao bar Soda Pop ou a uma das festas Ursound e observar seus frequentadores. Os ursos, apesar de alguns carecas e barbudos serem parecidos com a estética de grupos conservadores estadunidenses contemporâneos, eles não possuem uma agenda ou filiação com nenhum partido político⁷. Os pontos de encontro também não fazem dos frequentadores “ursos”, mas os ursos que fazem o local estar ou ser “de ursos”. Poderá o Soda Pop mudar de lugar ou a festa Ursound acabar e os ursos continuarão se encontrando em novos espaços, bares, saunas e festas.

Imagem 1 - *Bear Flag International Brotherhood*



Um dos símbolos que os representa é a bandeira internacional da irmandade ursina, criada em 1995 por Craig Byrnes⁸ em ocasião do encontro *Bear Rendez-vous*, em São Francisco, Califórnia, realizado em 1996. Inspirado na bandeira arco-

⁷ Tópico que iremos abordar no terceiro capítulo, sobre o corpo político dos ursos.

⁸ Disponível em: <http://www.resourcesforbears.com/faq/#flag>. Acesso em 21 set. 2016.

íris⁹, que virou símbolo da militância LGBT, as sete cores em tons terrosos da bandeira também busca uma ideia de diversidade e inclusão fazendo referência aos pelos das diferentes raças de ursos da natureza, que por sua vez, representam as cores de pele, nacionalidades e idades (devido aos cabelos brancos ou grisalhos) dos ursos em todo o mundo. O símbolo da pata de urso, como a marca do movimento, presente no canto superior direito da bandeira, é usado em camisetas, tatuagens e outros produtos usados pelos membros da “comunidade”.

Pensando sobre qual palavra para definir o grupo dos ursos, o primeiro autor encontrado, que abordou os discursos dos e sobre os ursos no Brasil, é o pesquisador J. J. Domingos, cuja pesquisa utilizou diferentes termos como sinônimo para “comunidade ursina” como “segmento dentro no universo gay”, “movimento Bear” ou “movimento ursino”, “grupo” e “clube dos ursos”. Para contribuir com o debate, convidamos outras vozes para pensar essa questão especialmente sobre a experiência e representação do grupo em São Paulo. Durante as entrevistas, perguntamos para os colaboradores o que eles pensavam sobre o tema e como eles definiriam o grupo dos ursos. Para Pedro Junior, sócio do bar Soda Pop, “Começou como um movimento, né? Agora, hoje é uma comunidade. E grande até! Muita gente se identifica e participa”. Mauro, outro entrevistado, DJ de festas voltadas para o público ursino, identificou diferentes grupos que promoviam festas e encontros:

Você acha que é típico “dos ursos” ser uma comunidade formada por pequenos grupos de amigos?

MAURO: Tem isso! Tem as “panelinhas”... “Panelinhas e panelonas”. [...] eu tinha minha “panelinha”, por exemplo, que era eu, meu namorado, o Sérgio, o namorado dele da época [...] O grupo era uma média de 15 pessoas, mais ou menos, a gente começou a frequentar a casa um do outro e fazer festas onde tinha mais espaço.

O fato de ter uma rede de sociabilidade virtual e internacional, os entrevistados passam uma sensação de fazer parte de algo maior, mesmo destacando algumas diferenças entre os grupos nacionais e de outros países, baseados nas suas experiências. Sobre esse assunto, os colaboradores sentiram uma diferença entre

⁹ Criada por Gilbert Baker, a primeira tinha 8 cores: rosa, vermelho, laranja, amarelo, verde, turquesa, anil e violeta representando sexualidade, vida, cura, luz do sol, natureza, mágica/arte, harmonia/serenidade e espírito humano respectivamente. A segunda versão foi reduzida para seis cores, sem as cores rosa e turquesa. Disponível em: <http://www.abtlgbt.com.br/a-historia-por-tras-da-bandeira-arco-iris-simbolo-do-orgulho-lgbt/>. Acesso em: 21 jan. 2018.

os grupos americanos e brasileiros em relação a fidelidade entre os amigos, a chamada “irmandade” ou “Brotherhood” entre os *Bears*. Três entrevistados, que tiveram a oportunidade de viajar para os Estados Unidos, em diferentes lugares e momentos, comparam os Ursos com os Bears. Para o “colaborador I”, a importância da família é maior no Brasil que nos Estados Unidos ou Londres, por onde já esteve. Como é cultural dos jovens saírem de casa na maioria, as pessoas circulariam mais e os amigos adquiririam uma importância maior do que os laços familiares, passando mais tempo com amigos do que com membros da própria família. E isso modificaria a relação de importância dos amigos nas redes de sociabilidades, conseqüentemente modificaria também a percepção do conceito de comunidade para os entrevistados:

COLABORADOR I: Os amigos são necessários para você sobreviver psicologicamente. Isso eu percebi. Então, uma rede de apoio. A família lá não é a rede de apoio, os amigos são. Então, a comunidade lá faz muito sentido. É preciso essas redes de apoio estejam firmes para suportar um ao outro. Então, o sentido de proteção da comunidade e de si mesmos é muito forte nos Estados Unidos. Em Londres é menor, embora existam iniciativas, as pessoas se conversam e tal, mas não é forte como os Estados Unidos esses tipos de comunidade. Entendeu? É mais restrito. Aqui não existe. A não ser que você realmente seja um forasteiro e não tenha ninguém aqui em São Paulo. Qual o percentual de pessoas, que são de fora, que estão aqui ou são de cidades próximas? Família é um núcleo ainda. É muito forte ainda. Acho que é latino isso...

Outro colaborador afirma que, apesar da globalização deixar a estética e as músicas das festas muito parecidas, ele percebe uma certa competitividade ou desunião entre os grupos gays brasileiros/paulistas, expresso no aumento das subculturas homossexuais:

COLABORADOR H: Olha! Engraçado porque lá eles acham aqui um máximo. E a gente acha lá o máximo. Hoje em dia está tudo muito parecido, está tudo muito globalizado. Talvez a diferença é que, lá exista um sentimento de comunidade, né? Não importa se você é urso ou não. Se é gay, então, tá junto conosco! Então, eles têm esse sentimento que “a gente tem que se ajudar”. Eles são mais unidos lá, eu sinto isso, eles se ajudam mais. Tem esse sentimento de comunidade que aqui não tem. Aqui é cada um por si. Acho que aqui no Brasil, no geral, rola muito preconceito entre os gays porque “é gordo”, porque “é magro”, porque “sei lá”, e lá não tem muito disso, né? Talvez seja essa a diferença. Quando você chega no lugar, as pessoas vêm conversar com você, se interessam um pouco mais por você, né? “De onde que você é? O que você faz?” O *approaching* lá é mais legal, sabe? As pessoas chegam em você e conversam. Aqui as pessoas são mais retraídas, né? Sem muitas pretensões se “vai rolar” ou não, entendeu?

Elas gostam de conhecer umas às outras, de alguns lugares também, outros não.

Então você acha que os ursos aqui no Brasil, seriam uma comunidade? Seriam pequenos grupos, seriam umas panelinhas? Um clube? A “comunidade ursina” aqui em São Paulo seria uma festa? Seriam encontros? São espaços? São...

COLABORADOR H: Acho que aqui rola... as pessoas são... acho que é uma festa, cara. Aqui tudo é festa! Assim, elas se sentem ursos quando estão num ambiente de ursos, né? Muitas delas...

Diniz também levantou essa hipótese sobre os ursos serem ou não uma comunidade sob a perspectiva da antropologia social. Para ele os ursos não constituiriam uma identidade, nem comunidade, universos ou tribo. Para o autor: “os ursos que aparecem aqui são uma rede de pessoas ligadas por relações sociais, lugares de consumo e interação e pela busca de realização de certas aspirações afetivo-sexuais. ” Seguindo com essa lógica, não se trata igualmente de um movimento de contracultura, uma vez que há uma relação estética e identitária diretamente ligada ao consumo (FRANÇA, 2010). Os ursos teoricamente também não constituiriam um “gueto” para os antropólogos por não possuírem áreas de cultura, isolamento social e concentração residencial (PERLONGHER, 1987). Em outras palavras, os ursos não se concentram, vivem e habitam necessariamente na região central da cidade e não há produção expressiva e exclusiva de produtos de consumo para esse grupo.

Apesar dos textos acima, tanto acadêmicos quanto das entrevistas, acharem que os ursos brasileiros não constituiriam uma “comunidade” ou um “gueto”, por não ter uma união entre os diferentes grupos de amigos que frequentam os mesmos espaços considerados dos ursos, ou que frequentam festas diferentes, durante toda a entrevista a palavra “comunidade ursina” foi repetida para se referir a rede de sociabilidades dos ursos. Em resumo, concordamos que não estamos tratando conceitualmente de uma comunidade, mas sim de uma rede de sociabilidade (FRANÇA, 2010; DINIZ, 2017). Entretanto, mesmo concordando ou entendendo o uso do termo subcultura para os autores americanos (WRIGHT, 1997 e 2001; SURESHA, 2002; HENNEN, 2008), optamos por continuar tratando o grupo por “comunidade”, com aspas, uma vez que é a forma como eles se chamam e veem o grupo.

1.2. Subcultura *bear* americana

Há diversas versões sobre a origem dos ursos enquanto subcultura¹⁰ ou sobre qual seria o primeiro encontro. Contudo, há um consenso de uma origem e de uma década comum: Estados Unidos, especialmente em São Francisco, no fim da década de 1970, se estendendo até os anos 1980 (WRIGHT, 1997), quando pessoas que se identificavam como ursos começaram a se organizar e a definir seus espaços de socialização. Há também, nesse mesmo período, em 1985 e 1987, a criação e distribuição de *fanzines*¹¹, por Richard Bulger e Chris Nelson, chamada *BEAR Magazine*¹². Nesse trecho abordaremos os motivos levantados pelos autores, pelo qual se fortaleceu a ideia dos ursos, como comunidade, até os anos 2000 nos Estados Unidos.

O primeiro estudioso da “comunidade ursina” afirma que, no início dos anos 1980, assim como os Clones de Castro que usavam lenços de cores diferentes para indicar suas preferências sexuais, os frequentadores dos bares de couro (*Leather*) de São Francisco, começaram a usar ursos de pelúcia em camisetas ou no bolso de trás da calça como uma forma de se distanciar justamente dos códigos dos lenços (o “*hanky code*”, que será abordado no quarto capítulo sobre a subcultura *Leather*) e indicar menos ênfase no sexo casual (LES WRIGHT, 1997. p.21). Para Peter Hennen, a cultura ursina nasce como resistência às outras formas de ser gay em voga na época. Fariam oposição tanto a imagem da Fairy (Fada) urbana, considerada por eles muito artificial e afeminada e da hipermasculinidade dos Clones Gays (em voga na década de 1970 e 1980).

¹⁰ Os autores americanos, lidos para essa pesquisa, usam frequentemente o conceito “subculture”, ou subcultura, para se referir ao grupo dos ursos. Não há uma visão hierárquica da palavra, mas é entendida como um desdobramento da cultura gay americana. Optamos por manter o termo com o mesmo sentido.

¹¹ *Fanzines* são revistas feitas com poucos recursos técnicos, pequena tiragem impressa em fotocopiadoras, feita por pessoas “fãs” de algum assunto, por isso o nome *fanzine*. Uma revista feita por alguém que se interessa pelo assunto publicado.

¹² Revistas que iam ao encontro dessa identidade e visibilidade ursina, publicando fotos e contos eróticos com personagens identificados como ursos. A revista cresceu até 2012, quando aconteceu uma interrupção nas publicações. Entrou em cena um editor e formato, que permanece até o momento da pesquisa. Disponível em: <http://www.bearmagazine.com> ou <https://www.facebook.com/BearMagazine>. Acesso em 31 ago. 2018.

Os Clones eram uma subcultura gay que cultuava músculos, o corpo tonificado, duro, magro, musculoso e liso, sustentado por ícones como a banda *The Village People*¹³. O estilo do *Bear* era, portanto, uma reação não a masculinidade, mas a hipermasculinidade. Os *Bears* não se interessaram em revisar a masculinidade convencional, mas resignificá-la. Os ursos buscariam ser, antes de gays ou bissexuais, o “cara normal” (*regular guy*) e uma “masculinidade autêntica” cuja estética rural americana foi resgatada (uso de calças jeans, camisas de flanela, chapéu de *baseball*, camisetas e barba).

De acordo com Hennen (2008), nos anos 1980, percebe-se o que o autor denomina uma “corrida urbana à masculinidade”. Homens musculosos sem gordura ou pelos, que frequentam academias, tornaram-se práticas associadas a comunidade gay. Os ursos seriam aqueles que buscam a masculinidade pelo caminho oposto, pela negação desse corpo magro, liso, musculoso e sem gordura. Tanto a negação do estereótipo dos gays magros e afeminados, conhecidos como *Faries* (fadas), ou *poc-poc*, no Brasil, quanto desse outro corpo rígido, chamado aqui no Brasil de *Barbie*¹⁴, também reconhecido como estereótipo da comunidade gay hegemônica e comercial.

Outro fator reconhecido tanto por Hennen (2008) quanto para Les Wright (1997), é a associação do “boom” da Síndrome da Imunodeficiência Adquirida, a AIDS, com o aumento da visibilidade dos ursos nos Estados Unidos, cuja magreza, no imaginário da época, poderia estar relacionada com a doença. Portanto um corpo gordo remeteria a um corpo não-soropositivo, o que aumentou o número de frequentadores e da comunidade:

¹³ Grupo norte-americano de música pop criado no final da década de 1970 cujos cantores vestiam fantasias associadas à masculinidade como o motociclista roqueiro, o soldado, o operário, o cowboy, policial e o índio norte-americano. Para saber mais sobre a história do grupo segue o link da entrevista com o grupo, transcrita e publicada por Jeff Pearlman em maio de 2008 em comemoração aos 30 anos do grupo. Disponível em: <http://www.spin.com/2008/05/ymca-oral-history/>. Acesso em 26 jul. 2017.

¹⁴ Fazendo referência à publicidade da boneca americana nos anos 80 e 90, que tinha como slogan a frase “Barbie, tudo o que você sempre quer ser”, o termo foi apropriado pela comunidade LGBT para se referir aos homens que possuem um corpo musculoso, rígido, sem gordura. Em outras palavras, a normatização e hierarquização do corpo ideal masculino, estereótipo da comunidade gay nos anos 80 e 90 que permanece até os dias atuais (inclusive no uso do termo).

“O surgimento da comunidade ursina é inseparável da epidemia da AIDS. Isto inclui a primeira aceitação da sexualização do corpo gordo; no começo da epidemia, o corpo magro era associado à doença ou a morte por AIDS, enquanto o corpo gordo era associado ao corpo não infectado, saudável. (LES WRIGHT, 1997, p. 15)¹⁵.

“Além de seu atrativo como uma proteção contra a efeminação e sua erotização do corpo mais pesado, o fenômeno *bear* apresenta pelo menos dois fatores adicionais que contribuem para seu surgimento durante os anos 1980. Um é inquestionável, a pandemia da AIDS e seus efeitos no imaginário erótico dos homens gays. Em uma época em que a magreza podia estar ligada à doença e à morte, o corpo mais carnudo era reinterpretado como um indicador de saúde, vigor, força e virilidade.” (HENNEN, 2008. p.100)¹⁶.

Um terceiro motivo, relacionado ao crescimento e a reprodução da “comunidade ursina” em outras cidades e países, vem com a chegada da internet e dos smartphones. Quando podemos notar a multiplicação de eventos, sites, produtos e aplicativos voltados para a comunidade. Nesse sentido, parte do mercado se volta para a comunidade como um alvo potencial e investe em novas festas, casas noturnas, mercado pornográfico e outros produtos de consumo, fazendo referências à comunidade (FRANÇA, 2001).

1.3. Cena e cultura ursina paulista

Em São Paulo, de acordo com o levantamento sobre a comunidade, por meio de pesquisas na internet¹⁷ e da leitura de artigos indicados na bibliografia, existem diversos ambientes fixos ou periódicos de socialização, como bares, saunas, encontros e festas temáticas que atraem pessoas que se identificam, são atraídas ou se veem representadas pelos frequentadores. Os bares reconhecidos como local de encontro são o *Soda Pop* e o *Caneca de Prata*¹⁸, localizados no mesmo bloco da

¹⁵ “The rise of a bear community is inseparable from the AIDS epidemic. This includes the first broadly accepted sexualization of abundant body weight; in the early days thin equaled sick or dying from AIDS, while fat equaled healthy, uninfected”. Livre Tradução.

¹⁶ “In addition to its appeal as a hedge against effeminacy and its eroticization of the heavier body, the Bear Phenomenon features at least two additional factors contributing to its emergence during the 1980s. One was unquestionably, the AIDS pandemic and the effect of AIDS-related wasting syndrome on the erotic imagination of gay men. In an era when thinness could be linked with disease and death, the fleshier body was reinterpreted as an indicator of health, vigor, strength, and virility”. Livre Tradução.

¹⁷ No site já citado www.bea.rs, no blog www.woofbrasil.com e perfis de festas no Facebook.

¹⁸ Bar conhecido pelo público masculino acima de 30 anos, presente desde 1948, com o nome de Bar Pierrot e a partir de 1962 como Caneca de Prata, por servir o chope em canecas de prata. Foi sempre um bar discreto no centro da cidade de São Paulo que de dia era frequentado por empresários e executivos e a noite abrigava homens discretos que se relacionavam com outros homens, até ser

rua Vieira de Carvalho, próximo ao Largo do Arouche, conhecida pelos bares, lanchonetes, cinemas e baladas voltados para as comunidades LGBT, como o *Vermont*, *Bar Queen* e *Freedom Club*, conhecidos pelas performances de Drags, a boate *Cantho* e *ABC Bailão*, essa última localizada na rua Marquês de Itu, 182, próximo à Rua Vieira de Carvalho, conhecida desde 1997 pelos frequentadores acima de 50 anos e também frequentado por membros da comunidade (RIPARDO, 2008).

Já as festas e encontros são muitos. Quase a totalidade deles são ambientes de socialização periódicos, ou seja, festas com locais e datas específicas cujos organizadores criam os eventos e divulgam na internet. *Bear Cantho*¹⁹, *Bearplay*²⁰, *Subwoof*²¹, *Bigger*²² ou a *Bearhugs XL*²³ na casa *Blue Space*²⁴. Em relação aos outros Estados, também observamos, frequentemente, bares, encontros e festas das comunidades ursinas em Curitiba²⁵, Minas Gerais²⁶, Rio de Janeiro²⁷ e Pernambuco²⁸, por exemplo.

conhecido por ser um bar gay. Disponível em: <https://grisalhos.wordpress.com/2011/03/10/um-bar-chamado-caneca-de-prata/>. Acesso em: 10 set. 2016.

¹⁹ Mais informações sobre a festa disponível em: <https://www.facebook.com/pages/Bear-Cantho/317475704985350>. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁰ Festas promovidas pelo Tony Carlão em parceria com amigos. A *Bearplay* é uma festa quinzenal que começou no antigo espaço Playground Bar, na rua Augusta. Atualmente faz suas festas na casa Eagle São Paulo, Travessa da Rua Frei Caneca, região central da Cidade de São Paulo, que também concentra bares e festas voltadas para a comunidade LGBT. As festas Beef Bear e Hairy Club, somam o histórico dos projetos do Tony Carlão com amigos Dan Barroso e Rudson Rezende, conhecidos na comunidade por promoverem festas em São Paulo para a comunidade. De acordo com a entrevista cedida ao site Guia gay São Paulo. Disponível em: <http://www.guiagaysaopaulo.com.br/1/n--bear-power-confira-os-4-lugares-favoritos-de-tony-carlao-em-sp--08-05-2016--2624.htm> Acesso em: 10 set. 2016.

²¹ Festa periódica organizada por amigos, sem data ou local fixos, divulgado por meio do Facebook, que foge dos padrões das outras festas gays por ser uma festa que o rock predomina nas playlists. Mais informações sobre a festa, disponível em: <https://www.facebook.com/festa.subwoof>. Acesso em: 10 set. 2016.

²² Festa também voltada para a comunidade ursina onde prevalecem os *musclebears*, ou seja, homens que se relacionam com outros homens e que possuem um corpo grande e rígido de academia, além dos atributos barba e pelos corporais. Há também o uso de acessórios de couro, como o *harness* e munhequeiras, por alguns frequentadores, identificado como a comunidade *Leather*, vinculado às práticas de bondage e sado-masiquismo (BDSM) e à comunidade ursina. Mais informações sobre a festa disponível em: <https://www.facebook.com/BiggerParty/>. Acesso em: 10 set. 2016.

²³ Mais informações sobre a festa disponível em: <https://www.facebook.com/bearhugsxl/> Acesso em: 10 set. 2016.

²⁴ A Blue Space é uma casa de música eletrônica localizada no bairro Barra Funda, em São Paulo, conhecido pelo hitmo "house" e shows de Drag Queens.

²⁵ Como é o caso da balada CWBears. Disponível em: <https://www.facebook.com/CWBears/>. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁶ Como é o caso do grupo *Bear Boom*. Disponível em: <https://www.facebook.com/BearBoom> Acesso em: 10 set. 2016.

Há inclusive um esforço de criar uma literatura voltada para a comunidade, como é o caso do escritor, jornalista e psicólogo Fabrício Viana, que publicou com outros autores, em 2014, uma coletânea de contos eróticos gays com personagens da “comunidade ursina” intitulado “Ursos Perversos”²⁹. Nota-se, por meio dos nomes das festas, pelas capas de perfis e panfletos das festas ou até mesmo no título do livro do Fabricio Viana a constante referência, no jogo de palavras, tanto em inglês como em português, aos símbolos, vocabulário e imaginário do urso da comunidade.

Sobre a questão do vírus HIV e da AIDS, por ter seu surgimento no final dos anos 1990 e começo dos anos 2000, a doença não foi uma condição para aumento da visibilidade da “comunidade ursina” ou motivo de união entre esses homens. Igualmente não foi citada a questão da AIDS durante as entrevistas como parte dos relatos e experiências dentro da “comunidade”. Entretanto, falar daqueles que viveram nos anos 1980 e 1990 no Brasil é falar dos LGBT em geral, inclusive de uma parte daqueles que serão os ursos dos anos 2000 e que carregaram consigo a experiência de ser gay nessa época (reflexo notável quando vemos as diferenças intergeracionais nas entrevistas).

As primeiras pesquisas sobre a AIDS, foram descritas e associadas a dois homens homossexuais e não demorou muito para que a doença fosse associada aos homens gays, ao vício, prostituição e promiscuidade, classificados como “grupo de risco”. João Silvério Trevisan e James Green têm uma visão interessante sobre a época.

Enquanto alguns defenderam que a doença enfraqueceu o “movimento homossexual” e as conquistas, fazendo com que muitos voltassem aos armários e

²⁷ E a festa *Bear Nation*. Disponível em: <https://www.facebook.com/festabearnation/>. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁸ As festas do extinto grupo Ursos da Paraíba. Disponível em: <http://ursosdapaibaafotos.blogspot.com.br/2012/02/confraria-dos-ursos-em-recife.html> e a Festa periódica *Bear Celebration*, disponível em: <https://www.facebook.com/Bear-Celebration-629877410482803/?fref=ts>. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁹ Fabricio Viana é autor de outros livros sobre a temática LGBT, como o “O armário”, “Orgias literárias da Tribo” e o romance “Theus: do fogo à busca de si mesmo” por meio de publicações independentes e vendas online na Editora digital Bons Livros. Antiga Editora Orgástica, disponível em: <http://bonslivroseditoradigital.com.br/>. Para conhecer melhor sobre o livro Ursos Perversos, disponível em: <https://www.facebook.com/ursosperversos>. Acesso em: 10 set. 2016.

não mais frequentassem “o meio”, Trevisan identifica que a doença trouxe visibilidade para quebrar o tabu da sexualidade, além de “ter que falar” dos homossexuais e travestis, que eram sempre silenciados e escondidos da grande mídia. Foi o momento também quando a doença “tirou do armário” pessoas famosas e artistas que emulavam ou ocultavam sua orientação sexual. James também aponta que foi a época em que os movimentos sociais e pessoas individuais se unem em busca de informação, ONGs começam a surgir nos diferentes estados do país e por pressão (dos diferentes grupos, ativismos e da mídia), em 1988, é criado o Programa Nacional de DST/AIDS:

“Graças a ela, as escolas, as famílias, a mídia, os políticos e, pasmem! Até as igrejas mais reticentes foram obrigados a se engajar, com maior ou menor energia, numa generalizada (porque compulsória, sem escolha) campanha em busca dos meandros da sexualidade, essa esfinge que insolentemente exigia: “decifra-me ou te devorarei”. A sociedade passou a debater amplamente argumentos a favor e contra sexo anal, sexo oral, perversões, quantidade de parceiros ou parceiras, uso da camisinha, sexo seguro e doenças venéreas, métodos anticoncepcionais, casamento entre pessoas do mesmo sexo, conveniência ou não dados são de crianças e famílias não padronizadas etc... Deflagrou-se uma *epidemia* de informação que deixou marcas nas gerações seguintes. Reafirmo que nunca se discutiu tanto a realidade homossexual como nos tempos de AIDS.” (TREVISAN, 2018)

O mito de “doença gay” e o não uso dos preservativos, por achar que estariam salvos da doença, foi o principal responsável pelo aumento do número de casos entre pessoas que se classificaram como heterossexuais entre os anos 1990. O número de óbitos classificados oficialmente por AIDS, em todas as regiões do país e todas as orientações sexuais, em 1994 foram 13.493 pessoas, em 1995 com 15.254, 13.100 em 1996 e 9.473 em 1997 de acordo com dados do primeiro boletim epidemiológico de AIDS³⁰ (publicado em dezembro de 1998 pelo Ministério da Saúde), que calculava o índice de mortalidade entre os anos 1990 e 1997. Contribuindo para a diminuição do estigma de “doença gay”, uma vez que não há uma preferência por orientação sexual ou gênero e indicando em 1997 a diminuição dos índices de óbito devido ao tratamento com medicamentos antirretrovirais que retardam a progressão da carga viral da doença.

³⁰ Boletim Epidemiológico – AIDS. Ano I, Nº 1, dezembro de 1998 a fevereiro de 1999 – Tiragem: 16.000 exemplares. Ministério da Saúde, Secretaria de Políticas de Saúde/ Coordenação Nacional de DST e AIDS.

Apesar da AIDS e do vírus HIV não ter uma relação direta com a formação da “comunidade ursina” no Brasil, quando pensamos nos sites e aplicativos de relacionamentos voltados para esse público, é presente a opção de mostrar no seu perfil ser soropositivo ou não, além da indicação de uso de preservativo no ato sexual³¹.

1.4. Bear Mais Magazine

Uma outra forma de expressão da “comunidade ursina” são as publicações por e para esse público. Durante o levantamento, duas revistas se destacaram: uma americana e outra brasileira. A americana é a *BEAR Magazine*, a brasileira é a *Bear Mais Magazine*. Ambas possuem diferenças e semelhanças em suas histórias e composições. Uma das semelhanças entre eles é a associação de suas criações e a formação da “comunidade” ursina em seus respectivos países. Mas o que nos interessa na pesquisa, enquanto fonte, é a narrativa sobre a “comunidade”, suas experiências e como se definem enquanto grupo. Por motivos metodológicos e da pesquisa, o foco nesse capítulo será a análise da revista brasileira.

Para iluminar metodologicamente a pesquisa, foi usado o texto da Prof.^a Dr.^a. Heloisa de Faria Cruz e da Prof.^a Dr.^a. Maria do Rosário da Cunha Peixoto chamado "Na oficina do historiador; Conversas sobre história e imprensa" (CRUZ e PEIXOTO, 2007, p. 253-270) publicado na Revista Projeto História da Pontifícia Universidade Católica, PUC-SP. O texto sugere um roteiro e procedimentos metodológicos para trabalhar jornais ou materiais de imprensa. Não retomaremos a história da imprensa como instituição, nem sua evolução. No entanto é importante considerar presente o debate historiográfico que trabalha o objeto revista como documento e monumento. Ou seja, se busca na pesquisa, o entendimento das suas intencionalidades, linguagem, representações, diálogos, silenciamentos entre outros aspectos. O artigo ajudou a pensar as revistas não como um depósito de matérias isoladas, mas um

³¹ Nesse caso, não foi feita uma pesquisa comparativa entre os aplicativos para descobrir se a opção de revelar a soropositividade, como parte descritiva do perfil, é apenas uma característica dos aplicativos voltados para homossexuais ou também para lésbicas, homens e mulheres heterossexuais, independentemente de ser cisgênero ou Transgêneros.

projeto como um todo: desde as escolhas das capas, as chamadas, suas publicidades, imagens, a ordem em que elas aparecem e outros aspectos.

A revista *Bear Mais Magazine* não tem publicações impressas, apenas versão digital. O motivo da escolha, além do fato de ter 10 anos de publicações mensais e outras edições especiais, é feita por membros da comunidade e para membros da comunidade. Podemos identificar seu discurso, as permanências, os diálogos com as outras culturas homossexuais e outros aspectos. Apesar de não se tratar de uma fonte imprensa, que circula em bancas de jornais, a circulação virtual tem um número bastante expressivo. (17 mil e 21 mil downloads, nas capas do Wellington Bianzeno e do Joan Munhoz respectivamente³²). Podemos também perceber o alcance da revista com a coluna "*Bear Mai*" (a partir da edição nº 55, junho de 2012, pois antes usavam também "*Bear Correio*" ou "*Cartas*") que traz comentários dos leitores sobre as matérias da edição anterior (prática comum em outras revistas impressas). Há comentários de pessoas de vários estados do Brasil. Isso tem um impacto na construção e no imaginário sobre a comunidade em si, especialmente a comunidade paulista.

Para o pesquisador Antony Diniz, assim como a linha de pesquisadores do campo das ciências sociais e da comunicação, não há uma separação entre o mundo virtual e o mundo real, uma vez que essas relações não são vistas como fronteiras, mas como prolongamento dessas relações que podem começar no mundo virtual e se estender para as relações nos bares, festas e vice-versa (DINIZ, 2017). Efetivamente não se pode separar as experiências virtuais daquelas feitas nos bares e festas. Entretanto, entendemos que as fronteiras apenas se borram na medida em que são ultrapassadas, ou seja, para aquele leitor do interior do Estado de São Paulo, de outros estados ou até mesmo leitores menores de idade, que não têm acesso a esses espaços de socialização, será que eles se aproximariam dessa comunidade e suas experiências por meio da revista? Será que a revista *Bear Mais Magazine*, incluindo outros produtos culturais ursinos, não contribuiriam para a

³² De acordo com a entrevista dada pelo editor da revista, em julho de 2013, ao jornalista Neto Lucon intitulada " 'Há muitos gordinhos que não se olham no espelho', diz editor de revista ursina". Disponível em: <http://www.nlucon.cin/2013/07/ha-gordinhos-que-nao-se-olham-no.html>. Acesso em: 10 set. 2016.

construção de uma ideia de comunidade que não se efetiva no mundo não-virtual? Ou até que ponto a revista e os produtos não produzem essa identidade da comunidade, invertendo o sentido do jogo "comunidade que produz conteúdo" ou "conteúdo que produz comunidade".

Ainda cabe desenvolver o diálogo com outras fontes afim de perceber as repetições de elementos imaginário, iconográfico e discursivo, as incoerências, constituição e consolidação das identidades, representações e imaginário sobre o corpo, identidade e comunidade no grupo. Novamente a dúvida: haveria um projeto hegemônico para a comunidade a partir da revista? Em que ponto a revista ajuda a afirmar a identidade da comunidade? Será que a revista não criaria uma expectativa e uma ideia de comunidade virtual nos leitores "fora do meio"³³? Em outras palavras, será que essa comunidade representada pela revista é igual ou próxima da comunidade que se faz nos espaços e na prática de socialização não-virtual? Nesse sentido o objetivo da leitura e análise da revista *Bear Mais Magazine* é a de interpelar a configuração de seu projeto editorial, desvendando sua historicidade e intencionalidade. Antes de passarmos para a análise da revista brasileira, é importante comentar sobre sua precedente e fonte de inspiração: a revista *BEAR magazine* americana.

1.4.1. BEAR magazine

A *BEAR* é uma revista de São Francisco publicada entre 1987 e 2002. O público alvo do periódico eram os homens gays "que são ou que admiram homens masculinos de verdade, corpo orgulhosamente esportivo e com pelos faciais"³⁴. Com o título de *BEAR*, a revista foi criada em 1985 por Richard Bulger e Chris Nelson (WRIGHT, 1997: 31-32). No início era fotocopiada no apartamento do casal. O conteúdo da revista ia desde fotografias de homens enaltecendo seus elementos e

³³ Termo usado por alguns membros das subculturas homossexuais para se referirem aos homens que se relacionam afetivamente e/ou sexualmente com outros homens, mas que não frequentam os espaços conhecidos pelo público LGBT e preferem, na sua maioria, dissimular sua sexualidade e evitar ser associado ao "afeminado" ou a qualquer outro tipo de estereótipo gay midiático. No caso, a expressão foi usada para se referir aqueles que não borraram os limites entre a comunidade que se faz no campo virtual daquela feita nos bares e festas temáticas voltadas para a comunidade ursina.

³⁴ Traduzido livremente do inglês, "who are or who admire **real** masculine men, proudly sporting body and facial hair.". Disponível em: <http://www.bearmagazine.com/winter/about.html>. Acesso em: 02 mai. 2017.

atributos de masculinidade, histórias, matérias para os membros da “comunidade ursina” emergente e os "petites annonces" ou classificados de perfis (era mais uma forma das pessoas da comunidade se conhecerem, além dos bares, antes da internet).

A revista é considerada fundamental para a identificação, visibilidade, formulação e discussão do que é chamado de urso ou “comunidade ursina” nos Estados Unidos. Enquanto as outras revistas apresentavam corpos magros, jovens, músculos rígidos e modelos sem pelos, a *BEAR*, como indicado em seu slogan, “Masculinity Without the Trappings” (Masculinidade Sem Armadilhas), viria como alternativa para outros corpos: homens peludos e barbudos, com idade acima dos modelos de outras revistas, estampados de modo que passasse confiança, liberdade e conforto com o próprio corpo. As primeiras capas não necessariamente eram de homens com corpos volumosos (por músculos ou gordura). O atributo comum entre eles eram muito mais a barba e os pelos do que o tamanho do corpo. O que fez os ursos serem associados a homens grandes foi com a associação da comunidade dos *Girth & Mirth*³⁵ no início dos anos 1990, que abordaremos no segundo capítulo dessa pesquisa.

A revista interrompeu sua publicação entre 2002 e 2008, quando um novo editor assume a revista *BEAR* mudando as direções da revista que permanece atuante com suas vendas tanto físicas, quanto digitais. O conteúdo apresenta fotografias de corpos atraentes para a comunidade, textos diversos informativos, de humor e de atualidade. Em resumo a revista *BEAR* foi importante para a identificação, visibilidade e formulação da identidade de urso de homossexual global de hoje.

³⁵ *Girth* poderíamos traduzir como “cintura” ou “ircunferência”. Já a palavra *Mirth* como “contentamento”, “alegria” ou “regozijo”. Portanto o *Girth & Mirth* são uma espécie de clube, associação ou subcultura gay de homens obesos que se encontram em cafés, festas, cinemas, Pool-Parties como uma rede de socialização.

1.4.2. Origens da *Bear Mais Magazine*

A história da revista está ligada ao seu editor, Marcelo Gomes Andrade³⁶, que por meio do Orkut, uma das redes sociais que teve uma grande popularidade no Brasil na primeira década dos anos 2000, afirma ter entrado na comunidade em 2006. Como não encontrava publicações próximas, Marcelo uniu-se com alguns amigos que resolveram criar inicialmente um blog³⁷, o "*Bear Blog Magazine*", com ensaio fotográfico, textos e entrevistas de membros da comunidade. O Blog se transformaria em uma revista virtual em outubro de 2007 com aspecto amador, devido aos recursos disponíveis na época: financeiros e técnicos (o autor não era formado em Web Design quando, sem verba para investir em um curso, teve que aprender sozinho a montar a revista e os sites).

A revista, online e gratuita, foi feita pelo fundador, amigos e voluntários que aceitavam escrever os textos e participar dos ensaios. Marcelo, formado em administração, acumula as funções de colunista, fotógrafo e produtor de ensaio. Entre 2008 e 2011, Marcelo e seus amigos fizeram concursos online no blog e site para a escolha de qual "modelo ursino" seria a próxima capa. Isso contribuiria para a divulgação da revista e aumentar a visibilidade da comunidade pois as votações online também eram feitas por amigos dos que estavam concorrendo para ser a capa do mês. As fotos eram de acervo pessoal, não havia um projeto fotográfico para a revista, o que vai mudar em 2012 quando começam a promover a seleção dos modelos e promover ensaios.

Devido ao número de downloads, a dificuldade de manter as publicações mensais e aos modelos que resistiam em tirar fotos com nu frontal, a revista passa a cobrar pelo download do conteúdo em 2014, o que causou alguns problemas para os leitores que recusavam comprar a revista online. Não demorou muito para que

³⁶ Entrevista no Blog pessoal do Biomédico Marcelo Tivirolli com o editor Marcelo Gomes Andrade. Blog no ar desde 13/01/2015, mas que parou as atividades em fevereiro de 2016. Disponível em: <http://bymtvrll.esy.es/blog/marcelo-gomes-andrade/>. Acesso em 12 abr. 2017.

³⁷ Blogs ou blogues, são páginas-diários na web. Sites onde o autor, ou autores, escrevem matérias (com ou sem imagens) com assuntos diversos. Podem ser blogs profissionais, coletivos ou pessoais. Com o sucesso dos blogs na primeira década dos anos 2000, se tornaram um meio alternativo, rápido e barato de acessar/produzir informações e conteúdo online, promover interação entre pessoas de diferentes lugares por meio de seus textos e posts. Os blogs foram importantes inclusive para aumentar o alcance e a consolidação da comunidade ursina no Brasil. Mais informação disponível em: <http://www.kottke.org/03/08/its-weblog-not-web-log>. Acesso em 09 mai. 2017.

em março de 2015 a revista voltasse atrás e oferecesse duas versões: uma gratuita e outra paga³⁸.

A diferença, de acordo com o editor da revista, seriam os ensaios e as matérias eróticas, não contempladas na versão gratuita. Como o retorno financeiro não foi suficiente para a manutenção da revista paga, as últimas edições ficam disponíveis gratuitamente por um curto período e voltaram a ser cobradas no final do mês. Para ver as edições anteriores, também era feita a cobrança.

Atualmente a revista passou por uma nova estruturação. As edições anteriores ao segundo semestre de 2016 não são mais vendidas no site. Inclusive, a "cara da revista" mudou. Os modelos das capas tendem a ser menos gordos, mais fortes e musculosos em comparação com as edições anteriores, aproximando-se da estética da revista *BEAR Magazine* americana.

1.4.3. Primeiras considerações sobre a revista

Por meio de pesquisas de arquivos feitas na internet, lembrando que a revista não possui outro tipo de divulgação, foram encontradas imagens das primeiras cem capas e doze edições integrais da revista. Em março de 2018 foi lançada a edição nº 103 da revista. Foram estudadas as doze edições integrais encontradas da revista: os números 54 e 55 (maio e junho de 2012); 68, 69 e 70 (setembro, outubro e novembro de 2013); 72, 74 e 76 (janeiro, abril e junho de 2014); 98 e 99 (junho e agosto de 2016); 100 e 101 (outubro de 2016 e março de 2017). Com esses volumes, foi possível observar as alterações nos últimos seis anos da revista. Alguns números foram encontrados em sequência: edições 54 e 55, 100 e 101, por exemplo. Isso permitiu observar a repercussão e o alcance das matérias na coluna "*Bear Mail*" em diferentes anos e edições. E também verificar as transformações dos conteúdos entre diferentes fases da revista (que serão discutidas a seguir).

³⁸ O valor, até o presente momento da pesquisa, era de R\$7, 25.

Imagem 2- Capas da revista brasileira *Bear Mais Magazine* de 2015, com o convite escrito abaixo “Deseja ser capa da *Bear + magazine?* manda o seu interesse pelo e-mail da redação equipebearmais@hotmail.com e quem sabe pode estar entre estas pessoas que fizeram o ano de 2015.”.



Com relação as imagens das capas, foi realizado um trabalho inicial de catalogação de acordo com o número da sua edição e publicação. Seguimos o campo do “código de barras”, “número”, “mês e ano de publicação”, acompanhado das letras “B, C, D e E” para indicar os casos em que tiveram diferentes versões de capa da mesma edição.

Exemplos: “01 *BEAR BLOG MAGAZINE* EDIÇÃO OUTUBRO 2007” para identificar a primeira edição da revista quando ainda se chamava “*Bear Blog Magazine*” e as edições “48 - OUTUBRO 2011” e “48 - OUTUBRO 2011B” para identificar as diferentes capas que participavam dos concursos online e decidir qual (modelo e capa) seria a edição do mês. As últimas edições foram nomeadas só com as indicações do número da edição, pois não havia mais a indicação do mês de

publicação nas capas. A partir dessa primeira organização, pode ser observada que há duplicidade nos números das edições e lacunas entre as edições da revista, indicando falhas tanto no controle das edições como na sua periodicidade. Essas lacunas não comprometem o resultado da pesquisa e das análises.

A partir da nomeação das capas por edição e versões, durante essa primeira análise das capas, foram observadas cinco fases da revista *Bear Mais Magazine*. Os aspectos que basearam essa divisão são: mudanças no logotipo da revista, as chamadas na capa, o código de barras, qualidade das fotos das capas e os corpos dos modelos escolhidos:

- A primeira fase "*Bear Blog Magazine*", com 14 edições, entre outubro de 2007 e novembro de 2008: revistas feitas com fotos doadas pelos próprios modelos, não tinha nenhuma preocupação com definição das imagens ou iluminação (que dava um aspecto amador para a revista);
- A segunda fase possui 13 edições, entre dezembro de 2008 e dezembro de 2009: ocorre a mudança do nome para "*Bear + Magazine*", surgem os códigos de barras em algumas edições, porém as fotos permanecem sendo doadas pelos modelos que participavam de concurso da capa do mês;
- Com 13 edições, a terceira fase durou entre o início de 2010 até março de 2011: ocorre a mudança do logotipo da revista (é adicionada a imagem de dois ursos se abraçando formando a letra "B" da palavra "*Bear*"), há uma sensível melhora em sua estética com o uso e experimentos de diferentes tipografias nas chamadas das matérias em diferentes edições;
- Nessa quarta fase foram contabilizadas 46 edições com o mesmo padrão entre abril de 2011 e junho de 2016: a revista passa a produzir as fotos dos modelos e não mais promover concursos, permanece apenas o nome dos modelos, o logotipo da revista e o código de barras (com informações sobre o número da edição) e é suprimida as chamadas de capa;
- A quinta fase (atual): busca um público internacional experimentando suas primeiras edições em inglês e espanhol, cujos modelos também lembram os corpos dos modelos das revistas americanas (homens geralmente fortes e musculosos, barba, peles rígidas e não flácidas, poses que buscam representar

noções de virilidade nos modelos), o logotipo é reduzido de tamanho, ocupando metade do tamanho das edições anteriores e não mais centralizado, sempre à esquerda ou à direita, dependendo da posição do modelo na capa. Essas mudanças remetem a uma nova tentativa de buscar uma imagem mais profissional da revista, aproximando-se novamente dos padrões comerciais/impressos e também do padrão na revista americana *BEAR magazine*, como pode ser observado na imagem 2.

Interessante observar que o código de barras cumpre apenas uma função estética na capa, para dar a impressão de revista impressa, comercializada, portanto profissional. O código pode ter uma função de controle entre os editores, mas não segue o padrão EAN-8 ou EAN-13³⁹ usado para registrar produtos comercializáveis, pois deveria começar com os número "789", que identifica um produto brasileiro no mercado e não a alteração de numeração em diferentes edições da revista. Nas edições atuais reforça essa função estética por seguir a sequência "12345" no início do código. Além da numeração, pude notar que há um conflito de numeração com diferentes capas como é no exemplo da edição nº 70 de novembro de 2013, cuja numeração na capa estava como nº 69, do mês anterior. Todavia, a numeração estava presente e correta no índice da revista.

1.4.4. Sobre os textos e sua repercussão na “comunidade ursina” paulista

A partir das doze edições integrais encontradas da revista, foram selecionados os números 54 e 55 (maio e junho de 2012); 68, 69 e 70 (setembro, outubro e novembro de 2013); 72, 74 e 76 (janeiro, abril e junho de 2014); 98 e 99 (junho e agosto de 2016); 100 e 101 (outubro de 2016 e março de 2017). 72, 74 e 76 (janeiro, abril e junho de 2014) para uma análise do conteúdo editorial, da coluna dos leitores e alguns textos que poderiam ter relação com uma visão sobre a “comunidade ursina” e virilidade, temas foco dessa pesquisa.

³⁹ Consultamos um banco de dados ISBN internacional para verificar a veracidade dos códigos. Disponível em: <https://grp.isbn-international.org/content/using-register>. Acesso em 17 abr. 2017.

Uma das primeiras observações foi em relação aos erros de escrita, desde concordância ao uso incorreto dos acentos e pontuações, recorrendo frequentemente ao uso dos três pontos, aspas e parênteses como pausa entre os textos. Todos esses elementos nos indicaram a forte presença da oralidade nos textos. A questão dos erros de ortografia, inclusive, foi tema de um dos textos editoriais da 54ª edição, publicada digitalmente em maio de 2012:

“Nesta edição terá muitas novidades também em colunistas (quatro estreias nesta edição) e também o nosso revisor Valentim Danzo cobrindo uma fatia que estávamos precisando, uma revista quase sem erros de português, uma exigência de muitos leitores que amam a nossa edição e que terão como um brinde, um guia de onde passar o período da parada em São Paulo”

Ainda que voluntários fizessem as correções, foram localizadas na mesma edição novos erros, principalmente de concordância. Além da parte escrita, visualmente a revista possui uma diagramação amadora e visualmente carregada (imagens como pano de fundo dos textos, fotos com marca d'água indicando que não foram pagos os direitos autorais das imagens, algumas imagens pixelizadas ou granuladas, indicando que estariam fora de proporção). Entretanto, por se tratar de uma fonte alternativa e não comercial, consideramos injusto exigir uma norma culta e estética profissional e comercial da fonte. Sendo os temas abordados o nosso principal objeto de estudo, seguimos com sua leitura.

“Quando entrei no mundo dos ursos sabia que não eram só flores, afinal, **tem muitos ursos que fazem carões em baladas só pra dizer que são os gostosões e viris e na verdade são umas bichas doidas querendo dar o buraco que está entre elas**, vejo nos sites de relacionamento como elas se comportam.

Na verdade, na visão das pessoas fora do meio, eles são pessoas carinhosas e bem simplórias enganam-se em pensar assim, nem sempre são anjos e sim **pessoas com complexos de inferioridade, afinal, não sabem o que é amor e muito menos o que é amizade.**

Claro que tem ursos que são maravilhosos e supersimpáticos, porém, o que muitos querem mesmo é fazer amor entre os amigos para depois meter papo em dia falando o que outro fez com ele só para ter status de gostosão.

Estou há anos com um perfil no site, mesmo que dando um bom dia, boa tarde e boa noite, **muitos falam que não tenho educação e dizem que vão me bloquear, carinhosos????? Nossa imagina se não fossem iriam me jogar aos leões se tivesse algo na real.**” - Texto editorial da edição 54, de maio de 2012, grifo nosso.

“Namorar é algo sério, afinal, como todo casal, precisam ter um tempo para

se conhecerem, afinal, nem sempre vamos colocar um estranho em nossas vidas, não é? **Os ursos têm aquela mania de escolher a sua caça ou ser caçado, porém, as escolhas demoram e já pega o primeiro que der bandeira, sendo ou não um “Viado” em potencial. Importante que a carga de macho descarregue o mais rápido possível.**

Normalmente as pessoas tendem a dizer “Enquanto não escolho o certo, fico com os errados!”, digamos que **a pessoa que fala assim é meio idiota**, se ficar com os errados, os certos nunca vão se interessar por ele porque na verdade, os certos são amigos dos errados que foram pra cama com ele, sacou? Pode dar risada, afinal, fofoca no mundo gay é pior do que falar do último capítulo de novela mexicana, só não pode chorar! - Texto editorial da edição 55, publicada em junho de 2012, grifo nosso.

“Os gays são pessoas ditamente promíscuas que vivem em torno de sexo e não de cultura. Por isso, resolvemos colocar a parte dos ensaios à venda, assim não teríamos que colocar nossos modelos pelados totalmente livre e com garantia que não seja qualquer um que verá a sua nudez, somente quem puder pagar pelo menos de uma vodca ou igual a uma lata de cerveja numa balada, afinal, os modelos merecem atenção sim e pagos para ser vistos como uma balada qualquer onde os donos das casas pagam DJS para tocar.” - Texto editorial da edição 76, publicada em junho de 2014, grifo nosso.

A partir da leitura dos textos editoriais, nota-se frequentemente um tom de “desabafo” e moralismo por parte dos organizadores da revista⁴⁰, mesmo se tratando de um material que apela para o erotismo com as fotos de modelos nus ou de sungas. Como reparou também Antony Diniz, a revista “tem alguns artigos sobre comportamento, elogiando o recato, o caráter, a integridade e algumas páginas depois, há um ensaio envolvendo nudez e sensualidade, alguns anúncios de festas em saunas gays e clubes de sexo entre homens” (DINIZ, 2017).

Como prática das revistas comerciais, a *Bear Mais Magazine* também tem um campo de diálogo com os leitores, no qual há publicações, no campo “*Bear Mail*”, de elogios ou críticas da revista sobre as matérias de edições anteriores:

“Olá, galera da revista, adorei ver a edição onde aparece o ursão Phael, como também o tema que fizeram que fosse sertanejo. Pena que os ursos ainda têm vergonha de ser mostrarem, afinal apenas vi uns mostrando a

⁴⁰ Essa moralidade foi percebida também fora da revista, presenciada e pronunciada entre os membros nas rodas de conversa. O autor identifica que a moralidade estava presente nas conversas ao tratar de assuntos como a da classificações dos corpos e moralidades, sobre a idealização do que seria um bom e um ruim relacionamento, demonstração de afeto em público (visto com preocupação podendo afetar os jovens), a hipervalorização da vida conjugal monogâmica e estável em detrimento do sexo casual e infidelidade, os mesmos temas identificados nas revistas. Entretanto também é notado pelo pesquisador que é uma questão geracional. Os jovens que frequentam esses espaços não compartilham dos mesmos pontos de vista, fazendo oposição mesmo quando são chamados de “galera da problematização” (DINIZ, 2017).

bunda, será que isto é normal pra vocês? Espero que venha um com força de vontade de existir totalmente, mas ficou bacana o ensaio de setembro. Heitor Ferreira C. Foz de Iguaçu – PR”

“Pessoal da redação precisa falar com os modelos para fazerem um ensaio mais sensual para nós, afinal, estão muitos santinhos mostrando pouca coisa, este ensaio então posso dizer que foi nada bonito, principalmente a foto com o chapéu entre as pernas, para que esconder a barriga? Queria ver algo bem mais do que um simples ensaio. Espero que nos próximos estejam bem quente. Abraços! N Natanael S. Silva – Fortaleza – CE”

“Ahh... o ursão que deveria ser capa de setembro, redação! Este é quem todos gostariam de ter na cama, dava tudo pra ele ficar perto de mim com seus olhos verdes. Também gostei das fotos do urso bronzeado e a bunda dele então... Hummm, delícia, quero ver mais fotos dele pela revista, os leitores como eu, agradecemos. P Heitor F. T – Mococa – SP”

“Olá, redação da revista, vim elogiar o modelo do skate, achei ele um belo de um menino com seu sorriso e o skate combinou com ele, as fotos ousaram acharam bacanas e espero que um dia ele possa aparecer e claro, mostrando o bumbum! Parabéns! Edilson R. Nascente – Manaus – AM”

Foram selecionadas quatro mensagens de leitores publicados na 69ª edição. A escolha dos textos dessa edição evidenciou algumas observações que se repetem nas outras edições. No campo “*Bear Mail*”, onde os leitores podem fazer elogios e críticas à revista, curiosamente há apenas elogios dos leitores de diferentes estados e países. Podemos inferir que a escolha de textos que fazem apenas elogios é uma forma de responder às críticas apontadas nos textos editoriais e mostrar o alcance da revista, uma vez que os leitores são de diferentes estados. Entretanto, ao reparar na forma escrita dos elogios, podemos notar uma repetição dos mesmos problemas de concordância, do estilo de escrita e repetição de palavras como “editorial”, “produção”, “redação”, “pessoal da revista” no começo dos textos, além da insistência de diferentes cidades e estados e abreviações dos sobrenomes. Todos esses elementos podem nos indicar que os textos do campo “*Bear Mail*” e dos outros textos publicados na revista, podem se tratar, nessa época, de pseudônimos dos próprios editores.

Tentamos marcar uma entrevista com o seu editor, Marcelo Gomes de Andrade, mas infelizmente tivemos resistência em agendar uma conversa com argumentos como falta de tempo e recursos financeiros. Mesmo assim, conseguimos localizar três entrevistas em diferentes sites. Na entrevista feita pelo jornalista Neto Lucon (2013) e na entrevista cedida para o blog pessoal de Marcelo

Tivirolli (2017) podemos identificar os mesmos elementos discursivos presente na revista:

“E, me explica, o que é ser urso? Existem duas visões e um debate grande sobre isso, que ainda hoje é falado na comunidade, seja na questão do corpo ou do comportamento. Em minha opinião, ser urso é alguém que batalha para ser diferente do mundo LGBT, é alguém masculino e que tem biótipo de urso, ou seja, acima do peso, malhado ou não, que goste de ter pelos. É, precisa ter pelos para ser um digno *bear*. Eu, por exemplo, sou mais chubby, pois não tenho pelos em excesso, mas meu comportamento é “urso”. Adoro a comunidade e os sem pelos também fazem parte da comunidade.

Essas definições, na vida prática, valem para alguma coisa? Ou seja, existem ursos efeminados? Ou ursos que fingem ser masculinos para serem aceitos? Esta questão é muito delicada, pois mexe com os egos de vários. Infelizmente existe “panelinhas” na comunidade e muitos defendem “masculinização” dos ursos, colocando regras dentro dos grupos, o que acho desagradável. O que deve ser falado é que muitos são efeminados e que tentam entrar naquelas de imitar, se vestir igual, pensar como eles, sendo que no fundo gostariam mesmo é de “soltar a franga”. Não fazem porque têm medo de serem rejeitado pelo líder da panelinha e, claro, pelo resto do grupo.”. (LUCON, 2013, grifo nosso).

*

O que preocupa também em fazer cada edição e por que o slogan “para os ursos que usam a cabeça”? Slogan que ficou até dezembro do ano passado foi uma maneira que os ursos pensam em quesito de falar com as pessoas, muitos olham a parte entre as duas pernas dos ursos e chasers e não usam a cabeça pra ler as informações ou saber o que rola no mundo. Os Ursos gostam de sexo e vivem nisto, não sei o que pensam na verdade, o que percebi desde que comecei a fazer a revista é que muitos pensam na cabeça do pimpolho e não á deles. Com a nova estrutura e com conselho administrativo que foi criado, foi modificado para “Novo Conceito de ser Urso! ” que mostra a evolução dos oitos anos da comunidade *bear* no mundo geral.

Sabemos que em nosso meio há certos preconceitos, envolvendo o nível de feminilidade, aparência entre outros fatores. O que você acha a respeito? O que não te agrada referente ao assunto? Já fiz uma edição em homenagem as pessoas como Drags e Transexuais, mas foi o pior momento da minha vida, tive até mudar o título da edição (colocamos sempre um tema) onde um dono de uma festa *bear*. Ele não gostou do título que é era uma mistura do ensaio principal com a edição (Máfia Drag) e ele me que fez mudar o título para (Nostra Cosa Drag), fora que outros ursos vieram a reclamar, pois travestir um urso num ensaio e que outro urso que é transformista foi perfil da edição. Ursos não gostam de associar a feminilidade, apesar de que muitos agem como fosse “moças” no, contudo de brigar com as pessoas ou “gongar”.

Edição foi elogiada pela crítica LGBT, pelo menos foi aí que a revista foi vista que não tem preconceito á ninguém. Ainda falta fazer uma edição só de ursos negros (que ainda não foi realizada) para provar que somos bem ao contrário de vários ursos pelo país.” (TIVIRROLLI, 2017).

Diante dos textos publicados na revista e nas entrevistas, inferimos que seu editor possui uma visão do grupo dos ursos, que ao ser publicada de forma sequencial, se torna um projeto de comunidade associado à moralidade frágil que ora incentiva o desejo e o prazer, ora criminaliza o sexo e as relações não monogâmicas e duradouras. Há ainda uma visão do urso restrita à sua virilidade e o pelo como característica que distinguiria os corpos entre as taxonomias e das outras subculturas LGBT.

Durante as entrevistas foi perguntado sobre a importância da revista na “comunidade ursina”. Todas as respostas foram negativas. Por conta da postura do editor, qualificada como arrogante pelos entrevistados que o conheceram pessoalmente, da qualidade estética e crítica da revista e de seus textos, ela se mostrou irrelevante na formação de uma identidade ursina paulista.

COLABORADOR F: Não conheço muito. Comigo ele nunca foi má pessoa, sabe? Muito pelo contrário. Ele sempre foi muito gentil comigo. Assim, eu não tenho o que falar dele, mas eu sei pelas histórias das pessoas, que o pessoal fala horrores, o quanto ele é arrogante, como você falou. E, assim, a revista, né? Eu nunca dei crédito. Eu sempre achei muito brega, muito cafona, cara! **Mas sabe como que ele começou?** Então, a gente não dava muita bola para ele, na verdade. É, ele sempre foi uma pessoa muito excluída, sabe? Tipo amigo que sofre *bullying* na escola? Ninguém dava a menor bola para ele. Não sei, será que essa revista agregou tanto? Talvez ampliou o público. Para nós era brega, mas pra muita gente era incrível, né? Para a gente não agregou nada, porque a gente achava cafona, achava brega. Ele era uma pessoa esquisita, né? Mas acho que, de repente, para pessoas que moram em outros estados, deve ter agregado bastante, né?

COLABORADOR C: Olha... não vou dar minha opinião sobre a revista não. É uma revista! O cara faz o trabalho dele e ponto. Eu não gostei de fazer [o ensaio] não. Não me senti a vontade de fazer, não sei... não gostei. [...] Não ia me expor daquele jeito.

COLABORADOR G: Ahhh, não falamos sobre ele. Lembra quando eu falei da *Bearland*? Na época da *Bearland*, ou até um pouquinho antes, o Marcelo pegava a camerazinha dele, não existia ainda a revista. Ele cantava camerazinha dele digital, entrava na festa e começava a tirar fotos. Tirava foto das pessoas sem pedir, sem fala nada. Porque ele é um cara, no fundo ele é um cara tímido. Então ele não chegava para você, ele simplesmente ele tirava foto "tchun" e saía correndo, ou tirava foto de grupo. E ele postava isso na época, eu nem lembro onde ele postava isso, se era no Orkut, acho que ele tinha uma outra coisa. Mas aí ele postava, mas ninguém gostava disso porque ele não pedia permissão.

Eu tive uma briga feia com ele uma vez porque na *Bearland* ele veio e "thium", tirou uma foto minha e eu falei "Cara! Você vai apagar isso agora!". "Ahh, não sei que, não sei quê". Ele apagou e daqui a pouco ele começou a tirar foto genérica de grupos assim. E ele tirava meio escondido aí eu falei "Cara! Você pediu permissão? Você não sabe que tem que... Olha! Se

você tirar mais uma foto, eu vou dar um soco na sua cara!" Foi briga mesmo! "É... porque eu era seu amigo eu vou tirar você do meu perfil..." e eu "Pouco me lixando..." Ele começou fazendo isso, ele ia nas festas e tirava foto. Mas era um fetiche dele de tirar foto. E aí ele transformou esse fetiche na revista. Só que, quando ele fez a revista, ele já estava muito queimado por causa disso. Então ele já começou a revista errado, porque ele já não era bem visto. Ele não é jornalista, ele não é porcaria nenhuma. Ele começou a fazer tudo muito nas coxas, muito de qualquer jeito. Depois ele até foi melhorando, mas porque algumas pessoas ajudaram ele, deram dicas de disso, dicas daquilo e foi melhorando, mais o texto mesmo sempre foi ruim e até hoje, até a última vez que eu vi era. E aí ele chegou a ser "convidado como fotógrafo", ou deixaram ele ser fotógrafo para poder postar na revista, algumas principalmente Ursound e outras deixaram. Mas o pessoal deixava meio que com raiva porque tinha que ser. Mas ele em si nunca foi muito bem quisto. A Ursound chegou a, por exemplo, ele tinha algum modelo *Bear* que ele pois na capa, ele foi lá na Ursound "Olha, vamos promover esse cara. Mostra que está na Ursound". E eles faziam algum acordo lá e mostrava, tirava foto... Mas todo mundo que eu conheço, que importa no mundo *Bear*, os mais conhecidos das turmas, ninguém gosta dele. Porque acha ele arrogante, acham ele mal-educado, não gosta da revista etc., etc. E eu sou um deles por exemplo.

Apesar da estética amadora e do tom moralista dos textos, muitos concordam que, em um momento em que não há publicações voltadas especificamente para o público que se identifica enquanto membro da "comunidade ursina", a revista ocupa esse espaço. Podendo ser um primeiro contato de leitores virtuais, de diferentes lugares, com a "comunidade ursina", seus corpos e os espaços de socialização.

1.5. Sites e aplicativos

Por último, vale ressaltar um elemento comum nas falas dos entrevistados e dos autores lidos para a presente pesquisa: a importância da internet e das mídias sociais como forma de primeiro contato, manutenção e união desses ursos enquanto "comunidade". Primeiramente é importante lembrar que, antes de ser um site ou aplicativo de relacionamento como fonte de pesquisa, estamos falando de ferramentas digitais voltadas especificamente para membros da "comunidade ursina". Podemos nos questionar quais seriam os motivos que levariam pessoas a criarem e usarem ferramentas para esse público específico. Por exemplo, por que ter um aplicativo voltado para os ursos se existem outros aplicativos voltados para o público homossexual masculino em geral? O fato de existirem esses suportes poderiam nos evidenciar o não enquadramento desses corpos nos outros sites ou aplicativos com o mesmo objetivo. Antes dos smartphones e seus aplicativos, um

site de relacionamento se destaca nos relatos como o mais antigo e conhecido entre o público ursino: o <http://bea.rs>, antes <http://ursos.com>.

No ar desde 1999, a página foi criada por um “casal de ursos” do Rio de Janeiro que já trabalhavam na área de design e programação para internet⁴¹. Na descrição dos objetivos há o seguinte texto:

“Achávamos que estava faltando um site de relacionamento ursino dedicado ao público brasileiro, um com a nossa cara, que tivesse um design limpo (na medida do possível), que não fosse muito difícil de usar, que fosse rápido, inteligente e acima de tudo, refletisse o pensamento da maioria dos usuários. Um site onde ursos e seus admiradores possam se conhecer, bater um papo informal, marcar encontros e muito mais. Nossa ideia é que este site pudesse se tornar um grande ‘*BearContro*’ virtual, no estilo daqueles do início do movimento ursino no Brasil.”

A partir da fala acima, podemos inferir que outros sites de relacionamento não acolheriam bem os usuários da “comunidade” ursina brasileira. Em seguida, nota-se um discurso da “nossa cara”, que revelaria novamente a separação dos “outros” de “nós” (ursos brasileiros), que pensariam de forma diferente. Os objetivos são evidentes: tratando-se de um site de relacionamentos, a proposta do site é a interação virtual de pessoas, em especial “no estilo daqueles do início do movimento ursino no Brasil”. Mas de qual movimento estamos falando? Qual a origem e as características desse movimento? E qual é a forma que os membros da “comunidade” ursina se relacionavam “no início do movimento no Brasil”? Textos dessa natureza e a repetição de elementos iconográficos, nos sites, revistas e flyers de festas temáticas ursinas nos relevam um discurso que legitima essa “comunidade” nos seus espaços reais e virtuais.

Esse mesmo site, em 2009, promoveu um concurso online chamado “*Big Bear Brasil*”, fazendo uma referência ao *reality show*, cujo objetivo era eleger o urso mais bonito ou interessante entre os usuários do site. Os participantes tinham que descrever o que eles entendiam por ser urso, reforçando uma identidade do grupo (DOMINGOS, 2010). Hoje o site permanece ativo com usuários online em seu banco

⁴¹ Texto informado pelos autores no próprio site, na aba “este site”, que relata a história, o objetivo, o formato do site e sobre questões de segurança. Sobre a última, é interessante dizer que os dados ficam armazenados em um centro de dados e servidores próprios, se tratando de um servidor gerenciado apenas pelos proprietários. Disponível em: www.bea.rs. Acesso em 09 set. 2016.

de pesquisa. Na página inicial há um conjunto de imagens com propagandas de diversos encontros, bares, saunas e festas voltadas para o público em várias cidades do Brasil e de produtos como sungas e acessórios. Mas com a popularização dos smartphones, o número de usuários do site migra gradualmente para os novos aplicativos.

Durante a busca pelas formas que os ursos usam para conhecer novas pessoas, foi feita uma pesquisa rápida dos aplicativos mais consumidos na loja de aplicativos do sistema *Android* com a palavra “*Bear gay*” no campo de pesquisa. A lista foi filtrada pelas avaliações dos usuários (de zero a 5 estrelas). A relação foi a seguinte: Em primeiro lugar, o aplicativo Grizzly (4,6 estrelas); seguido do SCRUFF (4,3 estrelas); GROWLr (4,1); BiggerCity (4,1); Bearwww (3,3); W Bear (3,2); Bear4me (3,0); Grrr (3,9); Daddyhunt (3,9); u4Bear (3,8); Grindr (3,6); u4Bear (3,8) e outros com avaliações menores. Como os aplicativos não são fonte de estudo para essa pesquisa, restringiremos nossa análise apenas sobre as percepções gerais dos usos.

Para entender a lógica do uso dos aplicativos durante as entrevistas, foram instalados 7 dos 11 aplicativos acima para perceber se existia uma tendência entre os usuários dos aplicativos (se haveria uma certa preferência baseado na taxonomia ursina) ou seriam os mesmos usuários com diferentes aplicativos. Dentre eles, os aplicativos Grizzly, Scruff, Growlr, Bearwww, W Bear, Bear4me e u4Bear⁴². Todos eles têm em comum a ferramenta de geolocalização, que permite procurar perfis de usuários próximos. Há uma divisão de usuários “globais” (com perfis de usuários de diversos países) e usuários “locais”. Alguns possuem a possibilidade de serem acessados tanto pelos smartphones (nos sistemas *iOS* e *Android*) quanto em sites para acessar por meio de desktops ou notebooks (de todos os sistemas operacionais) como os aplicativos u4Bear, Bear4me e outros. Há, inclusive,

⁴² Baseado nas análises dos sites “Woof Brasil” e “A liga Gay” que citaram os aplicativos acima considerados mais usados entre aqueles que se consideram membros da comunidade ursina ou que se relacionam com os tipos de corpos associados à comunidade. O artigo publicado em maio de 2011, no blog “Woof Brasil” compara os três aplicativos, U4Bear, GROWLr e SCRUFF. Disponível em: <http://www.woofbrasil.com/2011/05/social-media-bear-2-u4bear-growlr-e.html>. Acesso em: 05 mai. 2017. A segunda publicação, publicada pela equipe do “A liga gay” em setembro de 2015 intitulado “Aplicativos de pegação para ursos”, faz uma breve análise dos aplicativos Bearwww, GROWLr, SCRUFF, U4Bear, DaddyHunt e Gay Bear. Disponível em: <http://aligagay.com.br/aplicativos-bear/>. Acesso em: 05 mai. 2017.

aplicativos que também vendem produtos voltados para a comunidade como o GROWLr⁴³ (que vende adesivos, canecas, camisetas, bonés e capas para celulares⁴⁴).

O tempo de análise foi estipulado em duas semanas. Tempo considerado suficiente para perceber as tendências dos aplicativos, os perfis, as mudanças e as permanências dos perfis. Foi seguida, para tal análise, a metodologia criada por Richard Miskolci (2013) e seguir com uma observação “participante” nos aplicativos, ou seja, entramos nas salas de bate-papo várias vezes por dia para nos familiarizarmos com a plataforma e mapear seus frequentadores. Seguimos com uma descrição idêntica ou similar do perfil para todos os aplicativos estudados. Foram postadas as mesmas fotos, seguidos dos dados de idade, altura, peso e outros. Como foto de perfil, a mesma foto de rosto e o apelido “VF”, que são as iniciais do meu nome, seguindo a tendência da maioria dos usuários. Nos campos abertos escrevi “*Casado. Pesquisando a comunidade ursina. Amizades são bem-vindas*”.

Todos os aplicativos citados acima são gratuitos, mas oferecem o serviço pago para desbloquear as outras funções e “benefícios” dos aplicativos, como é o exemplo do u4Bear que oferece as vantagens de navegar sem publicidade, ver até 1000 perfis na listagem, ver quem visualizou e marcou o seu perfil como “favorito” (é possível escolher vários perfis “favoritos”), visitar o perfil de outros usuários sem deixar histórico (mantendo o anonimato), baixar as fotos e vídeos dos outros perfis e outros benefícios. Os outros aplicativos tendem a oferecer os mesmos benefícios sob pagamento online no cartão de crédito. No caso do aplicativo u4Bear, existe a opção um mês, três meses, um ano e “para sempre” cujo valor, na época da pesquisa, variava entre R\$14,00 e R\$299,99). Para esse estudo, foi escolhido o aplicativo GROWLr para a descrição, pois foi um dos aplicativos mais citado nas entrevistas e coincidentemente o que também tivemos mais contato e conversa com outros usuários.

⁴³ Disponível em: https://i2.wp.com/bearworldmagazine.com/wp-content/uploads/2016/03/GROWLr-Logo_Horizontal.png. Acesso em: 05 mai. 2017.

⁴⁴ Disponível em: <https://www.zazzle.com/growlr>. Acesso em: 05 mai. 2017.

Com uma interface intuitiva, ou seja, é simples de usar. O aplicativo GROWLr limita a quantidade de fotos para os usuários gratuitos, disponibilizando 6 espaços para fotos (uma pública e 5 fotos privadas e um vídeo privado, que o usuário pode “liberar” o acesso ou não para os outros perfis). O Aplicativo não possui versão para desktops ou notebooks.

O que torna os sites e “aplicativos de urso” interessantes seria primeiramente o enfoque específico no público/usuário alvo. Em um segundo aspecto, podemos indicar as descrições pessoais do perfil: os sites e aplicativos pedem primeiramente a orientação sexual do usuário seguido de sua postura ou preferência sexual (“ativo”, “passivo”, “versátil”, “versátil mais para passivo”, “versátil mais para ativo”, “somente oral”). Dependendo do site ou aplicativo, pedem como você se vê em relação ao volume corporal (“gordão”, “gordinho”, “gordo”, “magro”, “musculoso”, “normal” ou “parrudo”), informações sobre barba e pelos corporais (se possui ou não, qual a quantidade e sua cor). O mais interessante e específico da “comunidade ursina” que é o que os aplicativos chamam de “comportamento” que pode ser “filhote”, “neutro” ou “paizão” e o “tipo ursino” (“caçador” ou “*chaser*”, “urso” ou “*bear*”, “urso musculoso” ou “*muscle bear*”, “urso negro” ou “*black bear*”, “parrudo” ou “*otter*”, “urso polar” ou “*polar bear*” e outras categorias) que serão abordadas no terceiro capítulo, sobre as taxonomias ursinas.

O que aparentemente pode ser um diferencial para os “aplicativos de ursos”, tem suas origens no “Sistema Natural de Classificação dos Ursos” (DONAHUE e STONER, 1997). Em uma época em que as imagens eram consideradas muito pesadas para serem transferidas pela internet, usuários de fóruns de bate-papo online, o site *Bear Mailing List* (BML), começaram com uma brincadeira entre amigos para descrever seus corpos e suas preferências. O ano era 1989, quando dois amigos astrônomos e membros do BML, Donahue e Stoner, se basearam no sistema de classificação usada pelos astrônomos de categorizar as estrelas para descrever os ursos e suas preferências. Depois de postado no site, alguns usuários começaram a usar os códigos como assinatura de usuário. As formas de classificação eram indicadas por uma letra maiúscula, um número de zero a nove ou o uso do sinal de positivo ou negativo indicando os diferentes tipos de urso, se mais

ou do menos gordo, peludo, barbudo, alto, musculoso, novo ou maduro ou até mesmo afeminado. Por exemplo, Bob Donahue usava o código “B5 c+ f w s-“ (que poderia significar um urso barbudo - “B5”; jovem *cub* - “c+”; com pelos no corpo - “f” de *fur* ou pelos em inglês; com relacionamento estável “s-“). Esse código entrou rapidamente em desuso por conta dos avanços da internet e da tecnologia dos computadores pessoais.

Será que os objetivos, os usos e experiências eram diferentes entre os fóruns, sites e aplicativos? A diferença maior talvez seria a maneira como funcionam os aplicativos dentro de um pensamento mercadológico, ou seja, segue as lógicas do mercado como a do individualismo, onde cada usuário tem o seu smartphone pessoal e o seu perfil no aplicativo, não é algo compartilhado. Ao entrar no aplicativo, se submeter a relacionar com as outras pessoas como consumidores e produtores de si simultaneamente. Os aplicativos, diferente dos fóruns, foram criados com o objetivo de colocar pessoas em contato com interesses afetivos/sexuais. Entretanto, a forma como ele foi pensada, é que a pessoa nunca encontre o parceiro ideal e volte a usá-lo. Com os smartphones não há mais a necessidade de frequentar um bar de ursos para flertar. Você pode transformar qualquer espaço em um encontro casual. O que de um lado é positivo, pois também possibilita pessoas que não se identificam enquanto homossexuais terem experiências com outros homens, por outro lado, causa um certo esvaziamento dos espaços específicos de socialização homoerótico, uma vez que qualquer espaço pode se transformar em um ponto de encontro entre casais e amigos homossexuais.

Mesmo com as diferentes possibilidades tecnológicas, uma coisa há em comum entre a experiência dos fóruns e a dos aplicativos dos smartphones. Até que ponto os sites e aplicativos educam os novos membros às taxonomias, que por sua vez incorporam e replicam essas subclassificações sobre os corpos? Será que essas subclassificações não criariam expectativas de gênero e postura sexual sobre os corpos rotulados? Deixamos o assunto em aberto para que novos pesquisadores se interessem pelo tema e desenvolvem novas respostas e perguntas sobre o assunto.

Mas quando que começaram as primeiras festas? Quais os registros encontrados sobre elas? O capítulo seguinte fará um levantamento das diferentes festas, espaços de socialização e os personagens importantes na cena ursina mencionados nas entrevistas e nas revistas voltadas para o público.

2. PRIMEIRAS EXPERIÊNCIAS DA COMUNIDADE URSINA PAULISTA

Imagem 3 - Logo do site *Bear's Mailing List*, que era um site americano que compilava informações sobre encontros, festas e outros assuntos da comunidade ursina em geral. Foi citado durante as entrevistas como uma fonte de informações sobre os ursos no início dos anos 2000.



A internet e seus diferentes sites e ferramentas como o BML, “Ursos do Brasil”, mIRC, Fotolog e Orkut, a partir de 1997 e começo dos anos 2000, foram a chave para a divulgação da ideia de ser urso, suas taxonomias e a comunidade no Brasil, motivando-os para a realização dos primeiros eventos e encontros. O primeiro deles no Rio de Janeiro em novembro de 1997 e o paulista em abril de 1998. Ambos em espaços “fora do meio”. No Rio de Janeiro ocorreu no bar Barril 1800 e em São Paulo em um bar na região dos Jardins. Em seguida, influenciado pela rede, começam a surgir lojas como *Sampa Bear* na região do Arouche e a XXX Large na Rua Augusta; os primeiros encontros nos restaurantes que viraram encontros entre amigos; as primeiras festas; um bar que abre e fecha prematuramente para depois se estabelecer atualmente com o bar Soda Pop e a festa Ursound, fazendo a cidade entrar no circuito turístico daqueles considerados pertencentes à “comunidade ursina”. O presente capítulo pretende levantar, a partir do cruzamento das entrevistas com outros materiais, algumas das experiências e tentativas de criar um mercado voltado ao público ursino em São Paulo desde o final dos anos 1990 até a presente data desta pesquisa.

Durante as entrevistas, alguns elementos comuns se mostraram. Antes dos ursos “construírem suas cavernas” na cidade, os dois primeiros bairros da “Vieira” com os bares Caneca de Prata e o Lord Byron, além da casa noturna ABC Bailão, também na região, eram espaços onde um grupo de homens maduros, discretos e seus admiradores iam para encontrar amigos e paquerar. Na região dos

Jardins, o Allegro, o Papparazzi Bar e o American Grafitti no bairro da Consolação e rua Marquês de Itu também eram pontos de encontro até o final dos anos 1990 e início dos anos 2000¹. O que tem em comum entre esses lugares: não eram propriamente bares, boates ou espaços de ursos, como o Soda Pop é atualmente, mas alguns desses locais eram circuito onde os “coroas” também frequentavam e marcavam encontros.

Existem relatos diferentes do primeiro encontro entre os ursos em 1997, em um restaurante na região dos jardins. Em um primeiro momento já podemos chamar de inusitado o fato de promover um encontro de pessoas gays em um restaurante. Algo em torno de sessenta homens chegam aos poucos, vão tomando o espaço, se reconhecendo, criando laços e encontrando amigos antes virtuais. Esses encontros se tornaram mensais enquanto outros paralelos começaram a ocorrer. Os primeiros encontros foram agendados pela internet, por meio do mIRC, que era um programa de salas de bate-papo coletivas. O usuário inseria seu apelido, entrava em uma de várias salas ou criava uma nova e conversava com pessoas conectadas em diversos lugares diferentes, muito comum hoje em dia. A sala “#ursosdobrasil” somava usuários de vários estados do Brasil onde trocava-se informações sobre gostos, cotidiano, contatos e marcavam encontros.

A importância do apelido usado “online” se estendia para as experiências “off-line”. Como a internet era algo muito recente, muitos ainda tinham medo de se expor ou revelar seus verdadeiros nomes ou até mesmo suas sexualidades. Muitos se conheciam e eram chamados pelos apelidos usados nos programas e sites. Podemos ver a repetição dos apelidos como Felicity, UrsoBR, FelixCub e outros nas primeiras matérias sobre os ursos publicadas na G Magazine² e nas capas da revista *AmBear* (em uma referência à logomarca da empresa Ambev, as capas eram uma brincadeira online onde se elegiam o “modelo” ou a foto do mês e as matérias de uma revista imaginária). Com o final dos anos 2000, as mudanças na sociedade

¹ Havia ainda o “Autorama” que era como chamavam o estacionamento do parque Ibirapuera onde os homens estacionavam seus carros para encontrar os amigos, ouvir música, paquerar e talvez conseguir parceiros para namorar nos carros. Era considerado um local de “esquentar” por ser o meio do caminho para Moema, onde ficavam as casas noturnas Agentes, a Mad Queen e a Corinto. Para mais informações sobre a vida noturna paulista, veja o documentário São Paulo em Hi-Fi.

² 17ª edição da revista (fev. 1999); 39ª (dez. 2000).

em relação ao “tabu da homossexualidade”, as paradas e conquistas LGBT, somados à confiança das redes virtuais, gradualmente as pessoas vão assumindo nomes e sobrenomes nas redes sociais (principalmente com o crescimento do Facebook no qual exige o nome e sobrenome para o cadastro de perfil). Ainda há a presença de apelidos, como aqueles voltados aos interesses sexuais, nos aplicativos de relacionamento.

Uma pessoa considerada chave na divulgação da “comunidade ursina”, no início dos anos 2000, é o Rogério Munhoz. Sua imagem veio à público após seu “outing” no seriado televisivo da extinta emissora MTV Brasil. Exibido entre julho e dezembro do ano 2000, o programa “20 e poucos anos” foi considerado o primeiro *reality show* da TV brasileira³. Participaram junto com Rogério mais sete pessoas, de diferentes classes sociais, religiões e culturas para mostrar suas rotinas, passar um tempo juntos e mostrar que era possível a convivência. Diferentemente do programa Big Brother Brasil, onde os jogadores são isolados, no programa “20 e poucos anos” os participantes eram convidados a conhecerem a vida e rotina um do outro. Por trabalhar como iluminador da antiga balada Mad Queen, conhecida pelas performances de Drag Queens na noite paulistana, Rogério respondeu a dúvida dos outros participantes sobre sua orientação sexual de maneira muito tranquila. Revelar sua sexualidade foi considerada como o primeiro “outing” feito em um programa de reality show da TV aberta brasileira.

Rogério Munhoz, antes do programa, já aparece na G Magazine em uma matéria em junho do ano 2000, escrita por Stevan Lekitsch, chamada “Adeus armários” que coletava diferentes experiências de “sair do armário”. Desde a matéria, com 24 anos, já fazia parte da organização da Parada de São Paulo nos anos 1999 e 2000. Não demorou muito para que, em dezembro do mesmo ano, após o *outing* no programa, Rogério fosse entrevistado novamente, agora com uma matéria individual, sobre o capítulo no qual assumira publicamente sua homossexualidade. A Matéria se chamava “Urso de 20 e poucos anos”, escrita por Christian Petermann, contando sobre sua vida, a reação dos espectadores com a

³ De acordo com o site da Folha publicada em julho de 2000. “MTV Brasil inova com seriado da vida real, que estreia nesta quarta”.

declaração e sua experiência no programa. Inclusive declara que houve indicação de André Fischer para a participação dele no programa.

“Porque você acha que os ursos escolheram como um tipo de representante “da classe”, se, pelo que sei, você não se considera um? Talvez por ser o estereótipo que eles gostam. Mas tudo começou como uma brincadeira. Certo dia, cheguei à boate *Blue Space* (em São Paulo) e, por ser urso, fui convidado para desfilar roupas de uma grife para “gordinhos”. Dei risada, pensei que fosse brincadeira. O dono dessa marca disse que organizava encontros de ursos naquela casa. Antes de aceitar participar do desfile, foi desses encontros, só para ver como é. Cara, só fui entrar lá que metade das pessoas começou a babar em cima de mim. Não havia só gordos, mas também gente de mais idade, mais madura. Gostei da proposta e fui para o desfile, oferecer um “cachêzinho”, coloquei uma sunga foi “super” legal. Desfilei umas três vezes e até descolei uns amigos para me acompanhar, inclusive “heteros”. Com isso passei a frequentar os encontros, ia um povo que eu gostava, ali eu me sentia bem. Era uma coisa muito diferente, o pessoal sempre se abraçava, se divertia, conversava, sem inveja. É um povo totalmente relaxado, na sua. É uma turma que faz do ambiente. Enfim: posso até ser um urso, mas eu gosto mesmo é de *Young Chubbies* (jovens gordos e lisos).”

Interessante notar que Rogério, também conhecido como “GeléiaSP”, em referência ao fantasma do filme *Ghostbusters* (dos anos 1980), já era rotulado como Urso na matéria, usando termos da taxonomia (*Young Chubbies*), mesmo não se sentindo parte do grupo dos ursos ainda. Um pouco depois, em 2001, foi convidado a participar do corpo de escritores com uma coluna intitulada “ursos” na mesma revista *G Magazine*⁴. Devido à participação na revista, foi convidado como “representante dos ursos”, no Programa do Jô para falar de forma bem-humorada sobre “os ursos” (citada por diferentes entrevistados, um deles entendendo a entrevista como o primeiro contato dele com a “comunidade ursina”). A festa citada na entrevista acima também foi mencionada durante as entrevistas como a primeira festa voltada ao ursos, mas não foi possível localizar os idealizadores.

2.1 Ursorama, *Woof e Bearland*

Outros eventos se mostraram muito importantes na formação da “comunidade ursina” em São Paulo. Foram encontrados relatos de um encontro chamado “*Ursorama*”, organizados por Marcus Babu e Catatau, que acontecia geralmente na

⁴ Em 2001 foi o ano em que Rogério Munhoz começou a escrever uma coluna mensal especialmente para os ursos. Em julho a revista ousou publicou fotos de um urso de 63 anos. O americano Charles Bearden ou Chucky, que posou para a revista, teve muita repercussão negativa por fugir do padrão de corpos da revista.

boate A Loka, na rua Frei Caneca. Não se tratava ainda de uma festa para ursos, mas de encontros. Foi em um desses eventos onde o DJ Bispo ficou sabendo do grupo e planejou uma “festa de ursos” com seu amigo e também DJ Luiz Careca, recém-chegado de São Francisco, onde teve contato com a comunidade dos *Bears* americanos. A festa se chamava *Woof* e acontecia na Torre do Dr. Zero⁵:

BISPO: É na vila Madalena. A gente fez uma edição lá, depois fez outra edição num lugar chamado Borracharia. Aí depois, a gente parou de fazer porque, numas das festas, ele conheceu o namorado dele, que é namorado dele até hoje. Já faz tempo, se foi em 2000, faz 17 anos!!! Aí ele desencanaou de fazer a festa. Depois apareceu outra festa como o mesmo nome chamado *Woof*, que rolou, mas eu não tinha nada a ver com a festa, só conhecia o Promoter. Foi assim que eu comecei e me adentrei. Logo depois, eu já comecei a tocar na Ursound. Acho que mais uns dois anos. Aí depois organizei uma festa que foi bacana chamada *Bearland* foi bem bacana durante um período.

Com uma proposta mais alternativa, a *Bearland* foi o segundo projeto do DJ Bispo e do DJ Careca com o objetivo organizar festas que fugissem da música pop e eletrônica, comum em outras festas voltadas ao público “GLS” da época.

Figura 4 – Publicidade da festa Bearland que tinha uma proposta alternativa às festas voltadas ao público gay e urso, que fugia dos padrões de música pop e eletrônica, apostando no rock.



E

⁵ Surgida em 1997 como Torre do Dr. Zero, a casa durou até 2002 e reabriu em 2004 e fechou em 2009 por conta de problemas com a polícia e vizinhos. Além do movimento de migração do público para a Rua Augusta e os novos bares e casas noturnas alternativas que estavam trazendo novidades. A casa noturna misturava públicos e gêneros musicais ecléticos. Matéria publicada por Jade Goia “DJs e turmas ecléticas, cerveja de garrafa, loucura até de manhã: um dos picos mais fervidos de SP, a festa Debut! (Torre) está de volta” em 12/07/2016. Disponível em: <https://musicnonstop.uol.com.br/djs-e-turmas-ecléticas-cerveja-de-garrafa-loucura-ate-de-manha-um-dos-picos-mais-fervidos-de-sp-festa-debut-torre-esta-de-volta/>. Acesso em 06 jan. 2018.

ra mais uma forma de afirmar a virilidade desse “urso macho e sem frescura”. De acordo com os entrevistados, a festa contava com edições mensais, em um lugar chamado Espaço Executivo. Durou algumas edições até o conflito entre os organizadores.

2.2 Sampa Bear

Figura 5 – Logo da loja e Camiseta Sampa Bear - Design Nelson Fumagalli – Acervo: Mauro Braz.



Outra pessoa considerada chave para a formação e divulgação da ideia de urso e das festas ursinas em São Paulo foi o Nelson Fumagalli e a loja Sampa Bear. Inaugurada em março de 2003, Sampa Bears foi uma loja especializada em peças do vestuário masculino, de numeração maior que as lojas convencionais. A loja se encontrava no número quatorze da galeria no Largo do Arouche. Nelson, artista plástico, fazia a arte das camisetas personalizadas, camisas polo, bermudas e canecas.

MAURO : Era só roupas masculinas. Tinha camisa polo, camiseta normal, bermudas, cintos e canecas com os logos que ele fazia, porque ele era artista plástico e fazia uns logos bem legais e punha nas canecas. E as canecas eram os itens mais baratos que tinha lá dentro, era o que mais vendia, no final das contas. Ele vendeu muita caneca. Eu tenho aí, depois eu te mostro.

Para alavancar as vendas, Nelson e seu companheiro começaram a oferecer cerveja aos sábados para aqueles que frequentassem a loja.

SÉRGIO : “Eles faziam encontros nos sábados durante o dia, com o objetivo de vender roupas. E aí ofereciam cerveja, refrigerante para as pessoas que iam. Só que começou a ser um espaço onde a gente se juntava. A maioria das pessoas quase ninguém comprava nada. Virou um point para se juntar aos sábados para paquerar, para tudo. Pessoas que não tinham nada a ver, sabe? E muita gente, vamos dizer... as roupas que eles faziam eram muito boas [de boa qualidade], portanto tinham um preço... não te digo que era caríssimo, mas naqueles anos, pagar R\$40,00 por uma [camisa] “polo” era muito dinheiro! A maioria das pessoas não podia comprar.

Os sócios não vendiam as bebidas, pois o objetivo não era fazer da loja um bar, mas sim para atrair o público. E eram os amigos quem mais compravam. De acordo com Sérgio, “aos sábados, quando eles faziam esse tipo de divulgação, boca-a-boca ou e-mail, se juntavam umas 100 ou 150 pessoas que passavam e saiam. Não permaneciam durante horas, era um entra e sai”.

MAURO: E ao mesmo tempo, os gordos que não eram ursos, passava na frente da loja, viam aquele monte de caras e se assustavam, nem entrava na loja os caras “héteros”. Acabou ficando estigmatizado como uma loja de ursos, só que na época nem tinha tanto urso assim. Muita gente nem sabia o que era o urso. Então a loja não dava conta, não tinha público suficiente para ser uma loja de ursos.

De acordo com os entrevistados, a loja, de um ponto de vista comercial foi um fracasso, uma vez que não havia nenhum tipo de divulgação em jornal e a internet era ainda pouco eficiente. A publicidade era feita no boca-a-boca e a qualidade das roupas fazia o preço das peças subirem e se tornarem menos competitivas. Não demorou muito para que a loja fechasse suas portas. Nelson ainda organizara outros eventos e festas para a “comunidade ursina”, como o concurso *Mr. Bear*, antes de falecer em 2016.

2.3 Beardance, Máfia Club

A festa Beardance, organizada e idealizada por Jefferson Campos, que começou em agosto de 2002, ocorreu em diferentes cidades como em Santos, Campinas, Rio de Janeiro, Goiânia. Em São Paulo, a festa acontecia mensalmente na boate Allegro, na região dos Jardins. Mas também foi para outros lugares como a SoGo⁶ e Blue Space⁷ em 2004.

⁶ Era uma casa que ficava na Alameda Franca, na região dos Jardins, voltada para o público GLS. Após 10 anos de funcionamento, a SoGo fechou as portas em outubro de 2010. Disponível em: <https://www.obaoba.com.br/sao-paulo/balada/estabelecimento/sogo-fechou>. Acesso em 11 nov. 2018.

Figura 6 – Flyer de divulgação da festa *Máfia Club* e do curta-metragem “Procurado”, que também se tratava de uma promoção da festa.



Já o *Máfia Club* foi uma proposta de promover uma festa de ursos relacionada à fantasia ou fetiche, com enfoque na virilidade, por meio de uma associação com as referências da máfia italiana conhecida pelos filmes Hollywoodianos. A imagem do homem sério e de terno era desejada e divulgada como o perfil da festa pelos seus organizadores. Não foram encontradas as datas das últimas festas ou outras referências sobre a *Beardance* ou *Máfia Club*.

2.4 Vermont Bear

Figura 7 – Anúncios publicitários do bar Vermont Bear publicados em setembro, outubro e dezembro de 2003 na revista G Magazine.



⁷ A Blue Space é uma casa de música eletrônica localizada no bairro Barra Funda, em São Paulo, conhecido pelo hitmo “house” e shows de Drag Queens.

Antes do bar Soda Pop, houve uma tentativa de abrir um bar voltado para o público ursino, o Vermont Bear. Ele ficava no mesmo quarteirão do Soda Pop e Caneca de Prata. E, assim como o público típico do quarteirão, os frequentadores maduros, tomavam o espaço do bar e suas calçadas. Aos sábados o bar abria mais cedo, oferecendo feijoada como mais uma opção de socialização na cidade.

De acordo com as entrevistas, o bar fechou suas portas precocemente devido a uma série de erros cometidos pelos gerentes do local, como por exemplo, cobrar pela entrada, prática nada usual nos bares da região. As pessoas começaram a comprar suas cervejas nos bares vizinhos e tomar na frente do Vermont Bear, uma vez que o local tinha se configurado como um “point dos ursos”. Os gerentes, ao invés de ceder à pressão, mantiveram o acesso pago, mas abriram uma janela para vender para o público da rua. Houve tentativas de atrair o público com festas de Karaokê e shows de Drag Queens, mas o público foi se afastando decretando o fim do Vermont Bear.

2.5 Ursound

No começo dos anos 2000, havia uma sensação que os ursos estavam ganhando finalmente o seu espaço. Lojas especializadas, festas e bares voltados para o público tinham tomado a cena. Mas com o fechamento das primeiras lojas, discordâncias e competição por lucro entre os promotores das festas, houve uma sensação de fragmentação da “comunidade ursina” em grupos menores que brigavam por seus espaços e clientes na cena paulista. É quando em 2005 foi criada uma festa que uniria os diferentes grupos de tempos em tempos, a Ursound.

Conhecida pela contínua presença na noite paulistana desde 2005, as primeiras Ursound aconteceram inicialmente no bairro paulistano Vila Madalena, no bar Dynamite Pub⁸. Os idealizadores Daniel MS e Rodrigo LC, começaram tímidos e foram ganhando espaço e importância na noite paulistana. Rodrigo sai da

⁸ O Pub, que ficava na Vila Madalena, se mudou para o Bixiga em 2009 e permanece até o presente momento desta pesquisa. Além de casa noturna, o Dinamite vira uma associação cultural que oferece cursos de música e outras atividades culturais. Disponível em: <http://www.dynamite.org.br>. Acesso em 14 nov. 2018.

organização e entra Edu Atlantis, realizando por um tempo a festa no espaço Caravaggio⁹, passando por outros bares até encontrarem o Hotel Cambridge, localizado próximo ao metrô Anhangabaú, na região central da cidade, onde tradicionalmente acontecem as festas¹⁰.

Figura 8 – Flyers digitais da primeira e segunda festa da Ursound em 2005 no espaço Dynamite Pub.



Há ainda outros relatos curiosos sobre edições desta festa, como a “Feijoada do Giba” e a “Noite das Massas” em 2006. A Ursound testou a proposta de oferecer jantares antes da festa. Os jantares foram realizados pelo cozinheiro e amigo dos produtores, o Giba. Esses jantares ocorreram apenas duas vezes, indicando que não havia interesse no conceito do jantar antes da festa. Já o coral dos ursos foi

⁹ Localizada na rua Álvaro de Carvalho, a casa noturna é conhecida pela festa Trash 80's que tocava músicas variadas dos anos 1980 (desde rock, brega, pop e até trilha sonora de filmes e desenhos da época). Disponível em: <http://www.clubecaravaggio.com.br/o-clube/sobre-o-clube-caravaggio/>. Acesso em 14 nov. 2018.

¹⁰ De acordo com os organizadores da festa, no artigo publicado em abril de 2011 em comemoração aos 6 anos de festa. Disponível em: <http://www.ursound.com.br/modulos/artigos/descricao.php?cod=9>. Acesso em 14 nov. 2018.

uma ideia de um grupo de amigos que se encontravam para ensaiar no começo de 2011 e durou alguns meses. Eles se apresentaram na Ursound no final do ano:

DANIEL: Eu acho que foi com o Paulo, o primeiro contato, o Paulo ou o Saulo. Por sinal eu tenho a foto do primeiro dia desse coral. E a gente se reunia, isso foi em 2011, no dia 02/04/2011, o primeiro dia do coral! E aí foi quando eu comecei a ter um vínculo mais social com os ursos, de amizade mesmo, de conhecer e tal. [...] O coral durou, eu acho que foi aproximadamente... mais ou menos uns 8 ou 9 meses, se eu não estou enganado... E a gente teve a ideia de se apresentar na Ursound e a gente foi. Em outubro, se não me engano, que a gente foi na Ursound, a gente cantou uma meia dúzia de músicas, mais para mostrar o projeto, como funcionava, coisa e tal. E a gente cantou, né? E foi super legal! Foi bacana, uma energia diferente. **Pararam a música da balada?** Não, a gente cantou antes da balada começar. Então, a gente abriu a balada.

O coral ainda se apresentou algumas vezes no fim de 2011 e começo de 2012 em outros espaços e se separou por incompatibilidade de horário dos membros. Um ano antes, a Ursound também foi matinê da Trash 80's, no Clube Caravaggio antes de se estabelecer no Club Hotel Cambridge¹¹.

Figura 9 – Flyers de divulgação das festas de 2 e 12 anos da festa Ursound. Mesmo com outros corpos mais jovens ou mais maduros, gordos, magros ou musculosos, o enfoque nos pelos e na barba é um elemento constante dos materiais de divulgação da festa.



Há registros que em 2006 a festa, na semana da 10ª Parada do Orgulho GLBT de São Paulo, já com um ano de existência, atraiu quase 400 pessoas (MUNHOZ, 2006). Onze anos depois, a festa ganhou visibilidade e uma proporção que podemos facilmente identificar no ano de 2017, durante a semana da 21ª Parada do Orgulho

¹¹ Bar conhecido nos anos 1950 que foi reformado e mantém espaços para a realização de eventos na esquina da Rua Álvaro de Carvalho com a Rua João Adolfo. A palavra matinê é usada para se referir às festas que acontecem durante o dia ou de tarde.

GLBT de São Paulo¹² e a realização de duas festas Ursound: uma na sexta-feira e outra no sábado. A primeira, onde regularmente acontece as festas, aconteceu no Club Hotel Cambridge, próximo ao metrô Anhangabaú, região central da cidade. No sábado, em comemoração aos 12 anos da Ursound, foi feita no espaço Audio Club, na Barra Funda, que é uma casa de shows e eventos com a capacidade para 3.000 pessoas¹³.

2.6 Caneca de Prata e Soda Pop

Mesmo não sendo propriamente um espaço de socialização ursino, entendemos que o bar Caneca de Prata faz parte do circuito dos ursos, uma vez que ele é conhecido pela forte presença do público masculino acima de 40 anos e divide calçada com o bar Soda Pop, referência de “bar dos ursos”. Presente desde 1948 com o nome de Bar Pierrot, depois de 1965 como Caneca de Prata, por servir o chope em canecas de cor prata, foi sempre um bar considerado discreto no centro da cidade de São Paulo. Durante o dia era frequentado por empresários e executivos, mas à noite abrigava homens que se relacionavam com outros homens, até ser reconhecido como um bar gay da região, resistindo a época da ditadura civil-militar e as tentativas de “limpeza” da região com as batidas e *Blitze* policiais. Hoje o bar continua sendo frequentado por homens considerados maduros, reservados e por seus admiradores que, por conta da falta de espaço interno, se apropriam não só das poucas mesas do bar, mas das calçadas em frente para beber suas cervejas, conversar com amigos e paquerar.

Ao lado, o bar Soda Pop¹⁴ é um bar mais recente. Identificado como um lugar onde os ursos se encontram, é reconhecido na comunidade não só aqui em São

¹² Que aconteceu no dia 29/05/2016 na Av. Paulista, atraindo 2 milhões de pessoas, de acordo com os organizadores, focadas no tema “*Lei de Identidade de Gênero, Já! Todas as pessoas juntas contra a transfobia*.” Citado pelo material “Com 17 trios elétricos, Parada Gay reúne multidão em São Paulo”, publicado no site do G1 no dia da Parada, pelos jornalistas Gabriela Gonçalves e Glauco Araújo. Disponível em: <http://glo.bo/1NWvWBS>. Acesso em 26 ago. 2016.

¹³ De acordo com o site da casa de shows, disponível em: <http://www.audiosp.com.br/>. Acesso em 26 ago. 2016.

¹⁴ Durante a entrevista com o Pedro Junior, o nome do bar foi uma escolha do Marcelo Silva inspirado em um bar texano. Entretanto uma curiosidade é a que eles dão explicações diferentes do nome para cada pessoa que pergunta. A ideia era a de não estigmatizar o bar se usassem alguma

Paulo, mas no Brasil e exterior. Faz parte do “Circuito *Bear*” (como os entrevistados se referem informalmente ao turismo voltado para aqueles que se identificam como membros da “comunidade” ursina em outras cidades e países). Apesar de ser um bar conhecido por ser frequentado por membros da “comunidade ursina”, a proposta do Soda Pop, de acordo com seus sócios, é de ser um espaço também aberto para pessoas que não se identificam com o grupo.

Figura 10 - Cartão do bar Soda Pop. Podemos identificar além a bandeira da irmandade ursina e a pata de urso no canto superior direito, o público alvo “*Bears, Daddies & Friends*”.



Inaugurado no dia 22 de outubro de 2010, inicialmente com três sócios, hoje é mantido por Marcelo Silva e Pedro Junior. Ambos não são paulistas, mas vieram morar em São Paulo¹⁵. Pedro, que trabalhava em uma locadora de vídeos e Marcelo, que trabalhava em uma agência bancária, largaram seus empregos formais e apostaram no sonho de ter um negócio próprio. Encontraram no bar uma possibilidade de investimento. Convidaram inicialmente amigos e conhecidos para trabalhar com eles na cozinha e nas áreas do bar. Tinham encontrado uma possibilidade na Rua Rego Freitas, mas o espaço da Avenida Doutor Vieira de Carvalho era a opção mais barata, interessante e melhor localizada.

referência da “cultura ursina” no nome (como as festas *Ursound*, *Bear Hugs*, *Subwoof*, *Bigger*, *BearPlay* etc), reforçando a ideia de não restringir o público do bar.

¹⁵ Pedro, de Rio Grande do Sul, veio para São Paulo enquanto criança nos anos 1970, frequentou o grupo *Somos*¹⁵ (Grupo de Afirmação Homossexual), onde coletava e depois distribuía edições antigas do jornal *Lampião da Esquina*¹⁵ com amigos nas ruas do entorno, apanhou de policiais em um hotel ainda no fim da Ditadura civil-militar durante o governo de Paulo Maluf (1979-1982) nas operações de “limpeza” do delegado José Wilson Richetti¹⁵. Casou-se com Marcelo Silva. Mineiro, que vinha para São Paulo para curtir a noite paulistana, descobrindo a subcultura ursina por meio de um companheiro da época que o convidara para conhecer a festa *Ursound*. Em 2008 Pedro e Marcelo se encontram em uma festa na casa noturna *ABC Bailão* e começam um relacionamento. Apesar de não terem um relacionamento, ambos mantem uma relação de sociedade, parceria e amizade muito forte.

Apesar de terem vendido seus carros e usado todo o dinheiro para reformar o espaço e investir no bar, precisavam de mais dinheiro para concluir o projeto. Foi quando um amigo se dispôs a entrar como sócio investidor. Esse último não ficou por muito tempo, em poucos meses pediu para se retirar da sociedade. Tiveram problemas durante a negociação e hoje não frequenta mais o bar. Alguns funcionários são os mesmos desde sua abertura como é o exemplo do caixa e garçom Ray Martins: homem alto, magro, negro, com um sorriso desconfiado e unhas grandes, pintadas, que batem no balcão impacientemente enquanto aguarda a máquina de cartões aprovar o pagamento¹⁶. Seus clientes também são bastante fiéis, alguns ocasionais, sazonais e outros mais frequentes mantêm uma relação de amizade com os donos do bar e seus funcionários. No ano de 2017, os sócios promoveram uma festa em comemoração aos sete anos do bar na casa noturna Flash Club, também na região do Arouche, Rua Rego Freitas, 56.

Nos finais de semana, durante o período da Parada GLBT, nos feriados e suas vésperas, são os dias de maior movimento na rua e nos bares da “Vieira”, como é chamada a avenida pelos frequentadores. Os clientes do Soda Pop, Caneca de Prata e lanchonetes vizinhas disputam espaços em suas respectivas calçadas. Há alguns usos e sentidos diferentes devido aos perfis dos próprios frequentadores. As fronteiras entre esses espaços também foram percebidas pelo pesquisador Antony Diniz (2017): “O Caneca de Prata é o território dos homens mais velhos, ursos ou não, enquanto o Soda Pop é território para os ursos de todas as idades.”. Ele cita o depoimento de um entrevistado, com um nome fictício, o Roberto, que afirma

“Aqui estão os ursos [apontando para o *Soda Pop*], ali você encontra os coroaos [apontando para o *Caneca de Prata* e depois para a lanchonete à esquerda do *Soda Pop*]. Você vai ver que apesar dos frequentadores do *Soda Pop* às vezes entrarem no *Caneca de Prata*, raramente os frequentadores do *Caneca de Prata* vão ao *Soda Pop*. Acredito que quem vai ao *Caneca* não se considere urso, ou não se identifique muito com algumas coisas do meio ursino paulistano. Por exemplo: a música, o estilo de se vestir mais perto do moderno, do convencional. Os frequentadores do *Caneca* são gays bem mais velhos, de outra época, com outros jeitos de ser. Eles gostam de coisas que não vão aparecer no *Soda*. Os dois tipos de

¹⁶ Sobre as unhas pintadas do atendente, Pedro afirmou que é raro, mas já teve problemas com um cliente que afirmou se sentir desmotivado a frequentar o Soda Pop porque não seria um bar de usos pelo fato de ir “bichinhas, travestis e outras coisas”. Pedro respondeu que a proposta do bar é aberta a todos os tipos de público e até preferia que clientes preconceituosos como ele não frequentassem o bar.

frequentadores se dão bem, mas é inegável a diferença entre eles. E isso acaba aparecendo nessa preferência por um outro lugar.”

Nesse sentido há uma certa divisão entre os espaços vizinhos. O interessante é que, apesar de semelhantes, por serem bares voltados para públicos similares (ambos masculinos, gays, geralmente mais velhos e/ou acima do peso), os costumados clientes do “Caneca” não se sentem à vontade para ir ao “Soda” por não se sentirem membros da “comunidade ursina”. Não é algo que está escrito em algum lugar, tampouco há um acordo estabelecido, mas mesmo assim os “coroas” sentem que o bar vizinho não é o espaço deles, como demonstra o depoimento acima.

Entretanto é importante lembrar que essas fronteiras entre esses espaços são porosas e maleáveis. Muitos ficam no espaço entre os bares na busca de chamar atenção de ambos os públicos e ampliar a possibilidade de flertes e olhares cruzados entre os territórios dos “ursos” e dos “coroas”. Aqueles homens acima dos 40 anos que, por conta da idade adquiriram uma barriga - aparência masculina mais aceita na cultura popular cuja definição de ventre é mais livre para os homens do que para as mulheres (VIGARELLO, 2012) - ficam nos espaços intermediários pois podem ser vistos como “coroas” de um lado, ou “*daddy bears*” (homens grisalhos, “mais velhos” em idade, ou em tempo de frequência nos espaços da “comunidade ursina”) e “*polar bears*” (homens de barba e cabelos brancos) de outro. “Muito coroa pode vir a ser urso um dia, mas nem todo urso é coroa” afirma ainda Roberto. Concluindo Diniz (2017) que

“A dinâmica de dentro ou fora do meio ursino é muito menos uma identificação do que um posicionamento contingenciado pelo desejo. Não há entre os coroas esse conteúdo identitário, como entre os ursos. É uma relação mais pragmática do que identificadora, colocada pelo avançar da idade, em muitos casos.”

Em outras palavras, para o autor, os frequentadores do Caneca de Prata não constituem uma identidade. Ainda assim, ambos os bares possuem interconexões e se distanciam em relação a outros grupos externos como os das lésbicas, travestis, drag-queens e dos gays mais jovens (que não tem atração pelos coroas nem pelos ursos).

A cidade não é apenas ocupação de território, há narrativas, linguagens e práticas culturais em seus micros espaços. Esses espaços são lugares de identidade e consumo (FRANÇA, 2010), principalmente para aqueles que ficam, mesmo que, por poucas horas do dia, se apropriam dos espaços e se identificam com eles. Esses espaços podem surgir e desaparecer. Não são os espaços e as festas que fazem os ursos “serem ursos”, mas o contrário, são aqueles que se reconhecem enquanto ursos ou da “comunidade ursina”, que fazem das festas, bares e encontros, suas redes de sociabilidades. O capítulo tentou levantar algumas experiências que foram importantes para a formação dos ursos enquanto grupo, por meio de festas, bares e encontros. O próximo capítulo abordará sobre os corpos que ocupam esses espaços.

3. URSOS, FILHOTES E CAÇADORES: OS CORPOS DOS URSOS

Depois de levantar as diversas experiências desse grupo, as festas e a formação dessa subcultura em São Paulo, a questão do corpo que ocupa esses espaços é um outro tema que nos interessa, antes de abordar a virilidade desse grupo. Que corpo é esse? Que mensagens eles carregam? Os ursos são todos iguais? Existem limites entre os corpos que cabem no grupo e os que não cabem? Esse capítulo tem como objetivo pensar sobre as “taxonomias ursinas”, os limites e negociações entre elas dentro da própria “comunidade ursina”.

3.1 Taxonomias

Ao falar da “comunidade ursina” nem todo corpo é considerado um urso. Em fevereiro de 1999, na 17ª edição da revista G Magazine, encontramos a primeira matéria sobre os ursos, chamada de “Os ursos deixam a caverna”, de Marcos Brandão. Como indicado na introdução, trata-se da primeira matéria sobre os ursos encontrada em uma revista comercial. Nessa primeira matéria, o autor já cita outro grupo, o dos *Girth and Mirth*, mas nega que os ursos são apenas gordos e peludos:

“Na bearfilosofia, urso é todo homossexual ou bissexual que dista dos estereótipos do mundo gay, o que incluiria a afetação, drag-queens e o “mundo fashion”. Eles se vestem discretamente, tem paixão por camisas xadrez e calças jeans, valorizam seus atributos masculinos e apenas proferir a palavra depilação em sua frente soa como heresia... Entre eles há também os admiradores, aqueles que foram vitimados pela natureza por um perfil sem penugem, mas se identificam com os ideais e, principalmente, sentem-se perdidamente atraídos pelos *Bears*. ”

Há também as taxonomias e suas explicações tiradas do site “Ursos do Brasil”, o primeiro site ursino brasileiro, citadas no texto. Segue as divisões abaixo:

Grizzly Bears – ursos grandes, corpulentos. O nome vem de uma espécie de urso (o animal urso) da América do Norte que apresenta grande porte.

Chubby Bears – nome dado aos ursos gordinhos. (O adjetivo designa qualquer pessoa gorda, não necessariamente o urso).

Lontras ou Otters – ursos mais magros, franzinos, mas geralmente portadores de barba e/ou pelos no corpo.

Filhotes ou (bear) cubs – hoje os mais jovens que gostam de homens mais velhos protetores, que, por sua vez, são conhecidos como paizões ou **Daddies**. As especificações não implicam necessariamente em comportamento bipolar passivo e ativo.

Ursos polares ou polar bear – os que possuem cabelos e/ou barba grisalha.

Teddy Bears – são ursos considerados “fofinhos”, (uma espécie é Mascote, que se põe no colo). O nome se origina de como os ursos de pelúcia são conhecidos em inglês. Sabe aqueles foram criados originalmente homenagem ao presidente Theodore (Teddy) Roosevelt?

Behrs – denominação dada a um meio-urso, aqueles que ficam a meio caminho do tipo físico ursino. Um homem só de bigode, ou com poucos pelos no corpo, por exemplo.

Admiradores ou Caçadores (bear lovers ou chasers) – Os desprovidos pela natureza de características ursinas, mas que se sentem atraídos pelos ursos, apreciam sua companhia e/ou de alguma forma identificam-se com eles.

No livro “Nordestino: A invenção do ‘falo’”, Durval Albuquerque Junior apresenta tipos regionais que formariam a imagem do nordestino. A figura do macho do Nordeste vai misturar os tipos sociais que o antecederam como o sertanejo, o praieiro, o brejeiro somado aos outros tipos que vão surgir como o senhor de engenho, o cangaceiro, o coronel, o vaqueiro, o matuto, o jagunço, o retirante, o caboclo. Interessante que, de acordo com a análise do autor, os tipos regionais são classificados menos pelas classes sociais e mais pela sua miscigenação, território (maioria rural) e associados às atividades que executam. A partir da leitura do texto, nos perguntamos se os *bears*, por terem uma estética rural norte-americana, se inspirariam nesse histórico de imagens viris do Nordeste para a experiência brasileira-paulista. A resposta foi negativa, uma vez que a estética foi importada como forma de identificação entre os participantes do grupo. Notamos também que as taxonomias são atribuídas com relação ao corpo, idade, volume corporal, quantidade de pelos e comportamento (cuidar ou ser cuidado).

O pesquisador Antony Diniz (2017) também fez uma descrição atual da taxonomia ursina:

Urso ou Bear: homem corpulento, peludo e entre 30 e 50 anos.

Chaser ou Caçador: homem que não tem o corpo do urso (ou tenha), mas o crucial é que seja interessado sexualmente/afetivamente nos ursos.

Black Bear ou Urso Negro: as mesmas características do urso, mas de pele negra.

Polar Bear ou Urso Polar: urso acima dos 50 anos, de cabelos e pelos grisalhos.

Panda: urso asiático.

Lontra ou Otter: homem alto e peludo e que geralmente gosta de ursos.

Cub ou Filhote: jovem entre 18 e 30 anos que já começa a ter as características do urso.

Chubby: homem muito gordo, geralmente sem pelos.

Daddy: homem com características de urso ou não, mas o mais importante é o comportamento paternal, protetor. Geralmente mais velho que o parceiro.

Muscle Bear: homem musculoso e peludo. Geralmente de comportamento e apresentação lida como viril, mas não é a regra.

Leather Bear: urso aficionado por acessórios e roupas de couro.

Podemos perceber que houve algumas mudanças nos usos e desusos das palavras para se referir aos vários corpos que podem compor a “comunidade ursina”. Podemos ver o desuso das palavras como *Behrs*, *Teddy Bears* e *Grizzly Bears* e novas palavras associadas às etnias e nacionalidade como os *Black Bears* e os *Pandas*. O autor indica também que há uma diferença no entendimento de algumas taxonomias americanas no Brasil, percebido também durante as entrevistas. Uma delas é com relação ao *Chaser*, ou Caçador. Nos Estados Unidos, *Chaser* é todo aquele homem que tem atração por *bears*, sendo ele gordo ou não. Ou seja, é possível ser *Bear* e *Chaser* ao mesmo tempo. Já no Brasil, o sentido foi modificado a partir das referências dos corpos e seus desejos. O *Chaser* é o homem magro que tem atração por homens gordos. Se esse homem magro ostentar pelos corporais e faciais ele poderá ser chamado de lontra, como é o caso nos Estados Unidos.

Outro exemplo interessante é a questão *Daddy-Cub* (Paizão e Filhote) no qual há diferentes interpretações e expectativas de gênero que operam no casal. Nos Estados Unidos, um *Daddy* pode ser de idade ou de tempo na comunidade. Pode acontecer de um homem jovem, que frequenta há mais tempo os espaços de socialização ursinos, ser considerado um *Daddy* em referência a um outro homem maduro recém-chegado na comunidade. Isso não acontece no Brasil, o *Cub* é sempre o homem gordo e jovem e o *Daddy* o homem gordo mais velho. Outra versão, ainda mantendo a questão fixa da idade é presumir os papéis sexuais: haveria uma expectativa de que o Paizão seja “ativo” (aquele que penetra) e o *Cub* ser o “passivo” (que é penetrado); O mesmo também acontece com o casal *Daddy-Chaser*. O que não necessariamente acontece, de acordo com os entrevistados para esta pesquisa; A idade também é um divisor entre *Cubs*, *Bears* e *Polar Bears*, sendo os *Cubs* aqueles homens abaixo de 30 anos, os ursos entre 30 e 50 anos e os *Polar Bears* acima de 50 anos, quando os cabelos e barbas estão brancas. Essas fronteiras e idade são expectativas, as categorias são maleáveis.

Por meio das taxonomias, percebemos que o corpo é o grande discurso. Os corpos são definidos por idade, volumes corporais, quantidade de pelos, etnia e até nacionalidade. Junto com elas, as associações com performances, as expectativas de gênero, preferências no ato sexual e as predileções dos “corpos que me atraem”. E quando pensamos esses corpos cruzados com outros temas? Será que todos os corpos gordos são aceitos? E onde estão os negros ou *Black Bears* da “comunidade ursina”? Haveria uma distinção entre eles? Por último, haveria um projeto ou agenda política entre os ursos? Esses tópicos serão abordados a seguir.

3.2 Urso e *Chubby* - *Bear* e os *Girth & Mirth*

Apesar da gordura corporal ser um atributo apreciado na “comunidade ursina”, o excesso de gordura corporal ultrapassa os limites identitários para alguns membros. O termo *Chubby* é usado em inglês para bebês e crianças. As taxonomias, por vezes confusas, definem o *Chubby* ora como o homem gordo e sem pelos corporais, ora como o obeso que pode ou não ter pelos corporais (PYLE & LOEWY, 2009). Sua aceitação no meio ursino é um outro tema relevante que problematiza a questão dos limites entre os corpos desejáveis e abjetos:

O que não é ser urso?

COLABORADOR I: O que não é urso é quem não tem pelos, mas assim, tem o ponto de ser urso e ser *chubby*. Tem ursos *chubby*, né? Então é uma linha muito tênue, mas parece que tem um formato de corpo específico: pernas grandes, bunda grande, alguma barriga, mas assim, o peito largo. É o cara que parece que malha, mas não malha. Só a estrutura física dele, ele está um pouquinho mais gordo, já parece que tem músculo, sabe? A impressão que dá é essa. Tem um *shape* específico de urso antes de virar *chubby*.

E se essas pessoas fazem a bariátrica, elas deixam de ser ursos?

COLABORADOR I: Deixam. Eles vão pra outro lugar. Eu conheci um rapaz, que era conhecido de um amigo meu. Ele operou, ele perdeu 50% de volume dele. Ele era “eu” ao dobro e virou você! Então, você imagina o quanto radical foi a transformação desse cara? Mas ele sempre gostou de chasers. Então, ele sempre gostou de meninos magros, ele não pegava mais urso. Acho assim, o urso gosta de urso, ele faz uma bariátrica, eu acho que vai continuar buscando homens mais peludos e mais gordinhos...

Mas ele não frequenta mais os espaços dos ursos?

COLABORADOR I: Não, porque agora o “cardápio” dele aumentou, agora ele pode circular por mais espaços. Eu, quando eu emagreço, mudo completamente. Eu vou pra outros lugares, eu posso ir. Eu não me sinto peixe fora da água. Eagle eu fui umas duas vezes. Eu não vou mais, mas quem emagrece vai na The Week...

Há um pesquisador americano, James Whitesel, cuja pesquisa intitulada “Fat Gay Men” disserta sobre a comunidade dos Girth & Mirth: *girth* poderíamos traduzir como “cintura” ou “circunferência” e *Mirth* podemos entender como “contentamento”, “alegria” ou “regozijo” (WHITESEL, 2014). O G&M é uma espécie de clube, associação ou subcultura gay de homens obesos que se encontram em cafés, festas, cinemas, *Pool-Parties* (festas que ocorrem em áreas com piscina) como uma rede de socialização. Para o autor, os homens gordos e gays sofrem duplamente discriminação e estigma. A subcultura dos G&M reconstrói suas identidades, estratégias e possibilidades de respostas à opressão de seus corpos e sexualidade por meio da rede de sociabilidade.

O autor define o G&M como um movimento social nacional, organizado nos anos 1970, em resposta a discriminação pela presença de grandes quantidades de gordura corporal na comunidade gay, cujas atividades sempre transformam as experiências desses homens em situações de embaraço e vergonha. Os primeiros clubes Girth & Mirth começaram em São Francisco e Nova York e foram se espalhando pelos Estados Unidos nos anos 1970 até os dias de hoje (WHITESEL, 2014).

Apesar de ser um “grupo gay”, eles não necessariamente se encontram em espaços considerados gays, pois não se sentem incluídos nesses lugares. Whitesel considera que o culto ao corpo magro e musculoso, no comércio de imagens homoeróticas, chega a ser mais violento que nas publicações comerciais não específicas do público LGBT. Em termos gerais, há a associação do sobrepeso como “desvio de comportamento”, acusados de preguiça, glotonaria, baixa autoestima e outros males por não “conseguirem” ter um corpo musculoso e magro. Por sofrerem duplamente discriminação e estigma por conta de sua sexualidade e corpos volumosos, a subcultura dos Girth & Mirth reconstruiria suas identidades, estratégias e possibilidades de respostas à opressão por meio da rede de sociabilidade, assim como os ursos.

Com uma origem em comum, o próprio autor indicaria uma cisma entre os ursos e os Girth & Mirth cuja ênfase nos pelos, ao invés da gordura corporal, seria maior entre os ursos. Membros do G&M relataram sentir-se indesejáveis ou apenas

tolerados nos eventos *Bear*. Os “*Chubbies*” e seus admiradores, que se sentindo novamente invisibilizados dentro de um grupo gay, se separam dos ursos por “terem dificuldade de competir com a popularidade dos *Musclebears*¹” (WHITESEL, 2014). Ainda assim, apesar de se sentirem tolerados no meio ursino, os G&M têm mais afinidade com os *Bears* do que com o resto da comunidade gay. O autor vê experiências semelhantes e pontos de vantagem de fazer parte de uma mesma subcultura dentro da comunidade gay. Os G&M encontraram um espaço de afirmação da gordura corporal no bar *Bear*, onde fazem suas festas e noites para angariar fundos destinados à caridade.

3.3 *Black Bears*

Quando pensamos sobre a comunidade dos ursos, não é difícil lembrar da sua bandeira, a *Internacional Bear Brotherhood*, presente nos acessórios, roupas, bandeiras de vários tamanhos e *flyers* das festas. A escolha das cores faz referência às diferentes cores de pelos e raças de ursos na natureza nas cores preta, cinza, branca, amarela clara, dourada, laranja e marrom. As cores indicariam a união entre as diferentes etnias e o caráter multicultural dos grupos *Bears*. Entretanto, a questão étnica ou racial da comunidade não é uma questão simples. Gail Bederman (2008) nos aponta uma diferença no debate racial quando há a associação de homens com animais no caso dos *bears*. A associação com animais não gera um desconforto para esses homens gays brancos, o que é o historicamente oposto no caso de pessoas negras. Para Hennen (2008), os *Bears* estariam de alguma forma tentando desafiar o ranking hierárquico entre masculinidades, que é uma característica proeminente da masculinidade hegemônica, mas eles fazem isso com uma cosmologia simbólica fortemente estruturada pela raça.

Durante a breve análise dos aplicativos, descrito no primeiro capítulo, podemos perceber que majoritariamente os usuários eram brancos ou pardos (que inclusive se consideram brancos nos perfis). No dia nove de junho de 2017, no período da manhã, fizemos um levantamento do público dos aplicativos. Pudemos constatar que: no aplicativo *U4 Bear*, no modo gratuito, dos 110 perfis “nas proximidades” (até 1647

¹ “In fact, Girth & Mirthers find it difficult to compete with the popularity of the Muscle-Bear” (WHITESEL, 2014. p. 51). Livre Tradução.

km), somente cinco perfis de homens negros foram encontrados. Esse número não muda no campo “global”, dos 77 perfis, num raio de 11.390 km, só encontramos dois perfis de homens negros no aplicativo. Já no Bear4me, na mesma data, às 11:40, ao pesquisar todos os perfis *Bears*, *Chasers* e *Casal* entre 18 e 100 anos, foram localizados 368 perfis, sendo apenas 15 com pessoas que se intitulam negras.

Seguindo a mesma metodologia calculando a quantidade de usuários dentro da área entre zero e dez quilômetros (em referência ao bairro onde estávamos, Bexiga/Bela Vista, centro de São Paulo), no mesmo dia, dos 84 perfis contabilizados, apenas três eram de homens negros, em uma distância de até 1235 m, no aplicativo Bearwww. Por último, no aplicativo WBear, apesar da interação ser baixa entre os usuários, foi onde encontramos um número proporcionalmente maior de usuários negros, em comparação com os outros aplicativos, mas ainda baixo em quantidade de usuários. No dia 24/06 às 21:00, foram localizados 399 perfis, 17 perfis eram de homens negros. Outro ponto que pode nos evidenciar a pouca quantidade de perfis negros (e pardos) nos aplicativos voltados para a “comunidade ursina” é quando comparamos com o censo e as características étnico-raciais da população brasileira no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)² cuja maioria da população se autodeclara branca e uma outra parte expressiva parda e negra³.

Metodologicamente poderíamos ter acessado por mais tempo e em outros momentos do dia, bem como ter mapeado os usuários em outras áreas da cidade de São Paulo, inclusive durante eventos especiais como a Parada de Orgulho LGBT ou feriados prolongados (quando há um aumento no número de frequentadores na rua Vieira de Carvalho) e quando geralmente acontecem edições especiais das festas voltadas para o público ursino. Novamente, temos que afirmar que o objetivo da pesquisa não era a análise profunda dos aplicativos em si, dos seus usuários ou das práticas e usos dos aplicativos. Mas o contato com os aplicativos se mostrou necessário para entender a lógica e seus usos nas falas dos colaboradores durante

² IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa das Características Étnico-raciais da População 2008. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv63405.pdf>. Acesso em 27 jul. 2017.

³ Antônio Sergio Alfredo Guimarães afirma que há uma discrepância entre os dados que mostram uma “tendência de embranquecimento” uma vez que denominação de cor é lida como status, prestígio e posição social, “os mestiços ‘ricos’ tendem a se declarar ‘brancos’.” (GUIMARÃES, 1999).

as entrevistas e nos trouxeram mais um elemento sobre os “ursos negros” nos aplicativos. Inclusive, sobre os aplicativos e outras mídias digitais⁴, não podemos mais desconsiderar seus usos ao trabalhar questões identitária e de grupos contemporâneos. Não se entende mais a internet e as mídias digitais como um espaço separado do físico (o ciberespaço e o espaço físico), mas um prolongamento das relações. Os aplicativos, no caso, são apenas ferramentas que rearticularam algo pré-existente, no caso, a demanda por relações entre as pessoas e suas formas de se organizarem (ou se fragmentarem) por interesses em comum em uma escala maior, possibilitada pelas mídias sociais.

Apesar de não termos feito uma pesquisa aprofundada sobre os aplicativos voltados para o público ursina, o número de usuários negros em vários deles é muito baixo. Isso pode nos evidenciar algumas possibilidades: seria a evidência da desigualdade social? Uma divisão entre quem tem acesso à internet e smartphones e as classes que não possuem acesso as tecnologias? Seria uma questão de visibilidade? Seria a ausência de modelos de ursos negros nos flyers e outros produtos visuais? Não se identificando ou não se sentindo representados pelos ursos. Ou seria um reconhecimento, enquanto urso, apenas do estereótipo do homem branco americano de classe-média?; pode ser uma questão biológica, cuja ausência de pelos, que seriam uma questão identitária, não os fazem se identificar com a comunidade? Outros autores já notaram e se questionaram sobre essa ausência. Paulo Cerqueira e Eloisio de Souza terminam seu artigo questionando “Onde está a negritude ursina? ” Sobre a experiência da “comunidade ursina” em Vitória, Espírito Santo (CERQUEIRA & SOUZA, 2015).

“Será que o discurso ursino ganha mais força ao exaltar a masculinidade ‘tradicional’ de brancos europeus? Que ficções de limites e fronteiras são estabelecidas no discurso dos ursos para os sujeitos que são identificados como negros, ou seja, como o dispositivo de raça atua nessas construções?”

Os autores não chegam a uma conclusão, mas lançam a pergunta para os próximos pesquisadores. Antony Diniz cita os autores anteriores e tenta dar uma

⁴ Entendendo o conceito de mídias digitais, como afirma Richard Miskolci, na “forma de se referir aos meios de comunicação contemporâneos baseados no uso de equipamentos eletrônicos conectados em rede, portanto referem-se ao mesmo tempo à conexão e ao seu suporte material.” (MISKOLCI, 2011).

resposta na sua pesquisa concluindo que “a ocupação dos espaços não se dá entre uma lógica de representatividade, mas sim de desigualdade de acesso e estabelecimento de fronteiras sociais para a ocupação dos corpos negros em certos espaços” (DINIZ, 2017). Isadora Lins França, durante sua pesquisa na festa Ursound, também notou que “a presença de negros na festa é bastante pequena”. França observa que as declarações dos entrevistados “Discorre não sobre a ausência de negros, mas sobre a ausência de ursos que são negros”, relacionando também a ausência de pelos como justificativa para a ausência de ursos negros (*Black Bears*) nas festas (FRANÇA, 2010). Com relação a esse argumento a autora afirma que

“...atributos físicos são acionados para explicar a ausência de negros nesse contexto, o que opera como um tipo de explicação prática plausível do que de outro modo se poderia explicar a partir dos marcadores de cor/raça que compõem o estilo dos ursos e o modo como tem se sedimentado. De todo modo, mesmo que a ausência de pelos fosse uma característica muito marcada fisicamente entre a população de pele mais escura, nada nessa direção explicaria o fato de que eu tenha observado a presença significativa de homens gordos brancos e com poucos pelos na festa – e que são notados e desejados por outros frequentadores, sendo eventualmente identificados como *Chubbies*, uma subcategoria da categoria urso para designar homens gordos e sem pelos – e o mesmo não se tenha dado com homens de pele mais escura.”

Antony Diniz percebeu, por meio dos interlocutores de sua pesquisa, que além dos atributos físicos, outros elementos são usados para naturalizar ou suavizar a ausência em afirmações como “é porque eles não gostam desse tipo de balada”, “Porque eles moram longe”, revelando a desigualdade e as distâncias social, racial e geográficas de alguns entrevistados (DINIZ, 2017).

O corpo negro é ora invisibilizado, ora associado a sensualidade, exotismo, “masculinidade selvagem” (em oposição a masculinidade civilizada branca afirmado acima), lido de forma objetificada e fetichizada cuja retórica natural e instintiva do “gosto” e a desculpa dos pelos corporais são usados para justificar o racismo dos entrevistados e o interesse por homens brancos. Uma das falas registradas na pesquisa é do Gerson⁵, de 39 anos, sem pelos, de 1,72 m e 120 kg, morador da periferia de São Paulo, define-se como ativo e não tem problema em dizer-se “uma bicha preta”:

⁵ Ibidem. Por questões éticas os nomes dos entrevistados da pesquisa foram trocados por pseudônimos. A conversa foi registrada em junho de 2013.

“No meio dos ursos, eu tenho mais chances. Poucas, mas tenho mais. Tem gente que adora um negão, principalmente pra transar. Então, dependendo, eu ser negão conta ponto. A menos que eu esteja dando pinta, aí eu deixo de ser O Negão e viro a Bicha Preta, que ninguém ou quase ninguém quer. Como eu sou gordinho, entre os ursos muita gente valoriza, eu ganho outros tantos pontos. Num é tão melhor do que o meio gay convencional, mas tenho um pouco mais de chances, sabe? 60% depende da minha capacidade de lidar com o que o cara quer... se chega um cara a fim do negão, eu viro o negão; se quer o negão da periferia, pedreirão, eu viro o cafuçú – apesar de ser gerente de uma loja de bairro – e se ele quer uma bicha preta, o que quase ninguém quer, eu viro também. É tudo uma questão de se posicionar.”

A fala de Gerson é muito interessante pois mostra como seu corpo é objetificado e lido pelos outros homens, seguido das estratégias que ele criou para lidar com essa leitura. Sua experiência não é muito distante da experiência americana, que podemos ter acesso por meio do depoimento de Jason R. Clark. Com uma visão positiva sobre sua experiência como homem gay e negro na “comunidade ursina” que o acolheu, o autor não problematizou a ausência de negros nas festas e bares, mas tem algumas observações interessantes como o trecho a seguir:

"Na verdade, eu sinto mais tesão quando alguém me fala que nunca dormiu com um homem negro antes. Daí então eu sinto na obrigação de fazê-los nunca mais pensar duas vezes em repetir a experiência. Eu penso que a comunidade de urso é um pouco aberta ao fato que nós gostamos do que gostamos." (*apud* LES WRIGHT, 2001. p.125-128).⁶

Infelizmente ele não percebe como sua frase e experiência soa racista e fetichista para um leitor externo. No caso, seu próprio corpo é diminuído simbolicamente, se sentindo na “obrigação” de ir ao encontro dos estereótipos e expectativas sexuais sobre seu corpo negro sexualizado e exotificado, mas não intelectualizado. Outro ponto interessante levantado por Jason é sua percepção sobre conhecer homens negros gays afeminados que disfarçam sua sexualidade ou defendem sua masculinidade por trás da desculpa de ser “ativo” nas relações, como se somente aquele que é penetrado ou que faz sexo oral fosse o homossexual da relação. Como se culturalmente, entre os negros afroamericanos, não houvesse a

⁶ “In fact, I feel it’s an extra turn-on when someone tells me they have never slept with a black man before. Then I feel obligated to make sure they never have to think twice about doing it again. I think the bear community is a little more welcoming of the fact that we all like what we like.” Livre tradução.

possibilidade de ser assumidamente gay e não afeminado, sendo a “comunidade ursina” uma possibilidade ou alternativa para tal.

Para acrescentar e também contrapor o depoimento de Jason, outro autor, John Suresha (SURESHA, 2002. p. 255 – 269), entrevistou outros três homens que se autodenominam “ursos de cor” (*Bears of Color*): David Gerard, Ali Lopez e George Varas. Que possuem uma visão mais crítica sobre suas experiências na “comunidade ursina”. Durante o capítulo os entrevistados falam sobre como eles se veem na comunidade, sobre masculinidade, estereótipos étnicos, fetichismos e a falta de visibilidade tanto nos grupos como no mercado editorial, comercial e pornográfico.

Fazendo uma ligação entre a percepção de Jason sobre os negros afeminados, os entrevistados partem de suas experiências e também percebem como as culturas afroamericanas e latinas possuem suas referências de masculinidade e virilidade fixas, sustentada culturalmente pela religião (protestante ou católica) que põe à prova, a todo momento, a masculinidade do homem em espaços sociais. Os entrevistados comentam que também não conheciam outras pessoas do seu ciclo de amizade ou parentesco que fossem gays e não fossem efeminados antes de conhecer a comunidade dos ursos.

DAVE: A influência [das regras culturais] é certamente presente na comunidade negra, especialmente com a força de religião por trás. Porém, pessoalmente acho que não foi exatamente ela que influenciou na minha identidade masculina. Eu tenho um irmão mais velho, gay, que é um pouco afeminado. E até conhecer um pouco mais, eu achava que, se eu gostasse de homens, essa seria a forma como eu deveria agir.

ALI: Minha cultura influenciou grandemente minha identidade sexual. Crescendo em Porto Rico, eu tive nenhum exemplo de homens gays masculinos e minha imagem de um homem gay era ser afeminado. Esse não sou eu. Então, por muito tempo, neguei minha sexualidade. Minha educação Católica também teve muito a ver com a negação da minha sexualidade.

DAVE: Ainda sobre a cultura latina, há uma certa regra que diz homens que não são passivos na relação sexuais não são gays.⁷

⁷ DAVE: That influence certainly is present in the black community, especially with the force of religion behind it. Personally, however, it didn't really influence my masculine identity. I have an older gay brother who's a little on the effeminate side, and until I knew better, I thought if I liked men, that was how I had to act.

Para Dave e Ali há limites entre o que é ser “homem” (*men*) e ser “bicha” (*sissy*). Ultrapassar esses limites causa estranhamento em suas culturas e é entendido como uma forma de afrontar e resistir a esses modelos de masculinidade. Outra necessidade, de acordo com os relatos, é de fugir ora da invisibilidade e ora dos estereótipos étnicos. A falta de publicações com modelos latinos e negros é um dos tópicos citados na entrevista, criticando o mercado editorial e pornográfico por não ser considerado um produto que daria retorno lucrativo ou a ausência de modelos para as revistas. Quando há, “geralmente são vendidos como ursos, cowboys, usando roupa de vinil, Bandagem-Sadomasoquismo (BDSM), não circuncisado e outros tipos ‘exóticos’”. E nas festas e grupos não é diferente:

DAVE: Às vezes eu não me sinto tão invisível, me sinto mais como se fosse uma mascote. Uma mascote assim como um *cheerleader*, um comediante, artista, mas não verdadeiramente parte do time. Apesar de muitos amigos gostarem muito de mim, acho que eles me pensam “desse jeito”. E a cor da pele as vezes tem a ver com isso.

[...]

ALI: No começo eu sentia invisível, enquanto via todos os Ursos ao redor e eu sozinho em um canto. Isso não é legal. Então mudei as regras do jogo. Me tornei o Centro Ursino. Eu comecei a chegar as pessoas de um modo agradável, amigável, para quebrar o gelo e mostrar para eles que eu não sou tão assustador quanto eles pensam que eu sou.

[...]

GEORGE: Eu me sentia como uma novidade exótica. Estes homens achando que eram OK para dormir comigo, mas era só isso. Depois, o modo que me tratavam era meio “pois é, transamos...”. Eles não tiveram nenhuma vontade de manter uma amizade ou de começar a namorar porque eles não me viram além do meu pênis e da minha cor. Senti que eu era bom o bastante para apenas uma noite, não para apresentar a família.⁸

ALI: My culture has greatly influenced my sexual identity. Growing up in Puerto Rico, I had no examples of masculine gay men, and my image of a gay man was that of the limp-wristed sissy. And that’s not me. So I denied my sexuality for a long time. My Catholic upbringing also had a lot to do with my denial of my sexuality.

DAVE: Yet with Latin culture, there is a certain rule that says men who are not passively receiving sex from a man are not queer. (SURESHA, p. 260), Livre Tradução.

⁸ DAVE: Sometimes I feel not so much invisible, but more like a mascot. A mascot it there as a cheerleader, comedian, entertainer, but not truly part of the team. Too many of my Bear buds, although they care for me deeply, would never think of me in “that way”- and sometimes color has something to do with it. [...]

ALI: In the beginning, I did feel invisible, seeing all these Bears around the room, and me by myself in a corner. Not good. So I changed the rules of the game. I became Bear Central. I began to approach people in a nice, friendly way to break the ice, to show them that I’m not as scary as they think I am. [...]

“GEORGE: I felt like an exotic novelty. These men felt in was OK to sleep with me, but that was all there was. Afterward, the attitude was sort of like, “been there, done him” They had no desire to be friends or hang out with me because they couldn’t see past my skin color or dick. I was good enough for an overnight of passion – but not to bring home to mother!”. In: SURESHA, 2002. p. 255 – 269. Livre Tradução.

Apesar da pesquisa ter acesso à materiais de pesquisas anteriores sobre o corpo negro, tanto nas experiências da comunidade dos *Bears* como na dos Ursos, aproveitamos as entrevistas para verificar se eles se autodenominavam ursos negros ou conheciam alguém que se autodeclarasse, se a quantidade era considerável e, quando a resposta for negativa, o motivo por tal ausência.

Durante as entrevistas, ao perguntar sobre *Black Bears* do meio, seguindo o método “bola de neve”, diferentes entrevistadores acabaram indicando as mesmas pessoas para entrevistar. Curiosamente, ao perguntar sobre como eles se autodeclaravam dentro da comunidade, ambos usaram apenas a taxonomia “urso”. A questão da cor da pele, para ambos os colaboradores, não é vista como um atributo que os diferenciaria dos outros ursos. Perguntamos sobre a pouca quantidade de ursos negros, principalmente na cena paulista:

COLABORADOR G: A questão é que é uma comunidade criada em cima de um estereótipo específico de homem: do lenhador, americano, branco, peludo, barbudo, que corta lenha e veste flanela. Existe toda uma construção imagética do que é um urso. Aquilo que está fora desse padrão acaba por não ser bem recebido. Esse urso “perfeito” e “platônico” não é negro... Até eu mesmo me considero menos urso porque sou negro, porque... não sei... me deparo com algumas portas. Tipo essa aqui, [mostrando históricos de conversas que teve em um aplicativo de relacionamento] uma conversa dessas você fala com uma pessoa e ela diz “Não sou a fim de negro”. “Ahh, beleza, mas só precisava dizer ‘Não’”. Aí, a pessoa começa a te insultar porque você é negro. Se você quiser, eu posso te passar [as imagens registradas das conversas]. Eu não tenho muito, acho que tenho quatro... “você não está para urso, está mais pra foca! [...]

E por que você acha que não tem muito *Black Bear* no meio ursino?
COLABORADOR G: Uma por causa de genética, não é todo negro que tem barba, muito menos pelo. Eu sofro com os meus. Existe realmente essa parede de identificação com os ursos negros, por exemplo, você vê as propagandas de festas, de qualquer coisa de urso, nunca tem um urso negro. Se tiver um negro, é o padrão “negão, *big-Black-cock*”, sabe? O “negão do WhatsApp”. É o padrão de negro esbelto e fetichizado como o “negão do pirocão”. **E sempre ativo, nunca passivo....** Exatamente! Não existem figuras de identificação de ursos negros que são gordos, que sejam passivos, que sejam...né? É muito difícil você ter uma identificação positiva, com relação à comunidade, quanto a isso.”

Houve uma repetição da questão do corpo como limite discursivo e identitário. Em suma, há uma repetição e valorização dos estereótipos americanos e da

imagem do urso branco com enfoque menos na questão racial e mais no pelo corporal. Do outro lado, os outros corpos negros, assim como corpos asiáticos, são ora invisibilizados ora fetichizados e erotizados, disfarçados por argumentos como “gosto”, atributos corporais ou relacionados aos estereótipos de classe. Ainda que a identificação enquanto negro não é uma questão, ambos possuem relatos em que seu corpo é lido mais como um corpo negro que um *Black Bear* por algumas pessoas.

3.4 O corpo político do urso

Outro aspecto da “comunidade ursina”, não apenas a comunidade paulista, é a não vinculação com movimentos políticos ou agendas ativistas. Não que não possam ter ursos ativistas LGBT em movimentos sociais, de militância ou partidários, porém, não é uma característica da comunidade. Geralmente são pessoas que se identificam como ursos/da “comunidade ursina”, mas são engajadas por outras questões maiores LGBT. Em uma das entrevistas, um colaborador ressaltou uma diferença entre a comunidade *bear* americana e a ursina brasileira com relação a ações políticas do grupo. Que enquanto os americanos fazem festas para arrecadar fundos para instituições de caridade, no Brasil há apenas festas comerciais e donos competindo entre si para obter o maior lucro. Esse entrevistado sugeriu ideias como:

COLABORADOR H: [...] Ou uma Bigger com um “negócio de AIDS” na frente, pra fazer exame de graça. Ou então, assim, “vamos fazer uma festa contra a censura das artes”, entendeu? Não sendo chato, mas fazer alguma coisa divertida que mexa um pouco mais com a cabeça das pessoas, né? Não só ser diversão. Falta um pouco de ativismo, assim, mas não um ativismo chato, mas um pouco para fazer com que as pessoas pensem um pouco.

Ao dizer o “negócio de AIDS”, o entrevistado refere-se às políticas públicas de orientação sobre as doenças sexualmente transmissíveis (DSTs), a distribuição gratuita de preservativos e a realização de testes rápidos de HIV em que são coletadas amostras de saliva para identificar a presença de anticorpos da classe IgG que deixa o exame positivo.⁹ Apesar da ausência de pauta política, de caridade ou

⁹ Muito importante lembrar que o vírus HIV não está presente na saliva e não tem a capacidade de transmitir o vírus.

de cunho social, a presença dos ursos enquanto grupo, traz visibilidade para alguns temas e questionam outras ordens. Citamos três delas: a abertura para outra estética de corpos e sexualidades, o empoderamento do corpo gordo em espaços públicos e a possibilidade de subverter a lógica da masculinidade heteronormativa.

3.4.1 Amor marginal

Muitas vezes excluídos por terem pouco capital erótico¹⁰ (HAKIM, 2010) nos espaços de socialização homoeróticos, o primeiro aspecto político é a simples visibilidade de sexualidade desses outros corpos, estéticas e discursos que fogem à regra e subvertem a tríade juventude, músculos e corpos magros, presente ostensivamente em publicidades, revistas, filmes e produtos do mercado homoerótico masculino. (TREVISAN, 2018. p. 532). Dentro de uma lógica de consumo de imagens a todo momento, o corpo hoje é lido por um conjunto de discursos (médicos, publicitários e sociais) que veem na tríade citada acima como sinônimos não apenas de saúde e beleza, mas também de felicidade, sucesso, realização pessoal, bem-estar e poder. (SANT'ANNA, 2016).

E o amor, mas particularmente a cena de sexo entre pessoas gordas e/ou mais velhas, independente do gênero ou orientação sexual, é uma imagem marginal, não no sentido pejorativo da palavra, mas como aquela que foge aos padrões convencionais. Essas imagens não são consideradas “vendáveis” ou belas esteticamente para o mercado, com exceção do mercado pornográfico que fetichiza esses corpos, colocando-os novamente na condição de marginal. Especialmente quando os pares não são “igualitários” (FRY, 1982), por exemplo, casais com disparidade de idade, diferentes volumes de corpos, etnias, classes sociais ou escolaridade são vítimas de injúria e julgamentos preconceituosos. E os ursos, por ter diferentes tipos de casais, que “brincam” com essas várias possibilidades de

¹⁰ O conceito de capital erótico é aquele que entende uma soma e combinação de elementos “capitais” como beleza, atratividade sexual, atratividade social, vivacidade e energia, sexualidade e apresentação de si como fundamentais na hierarquização das relações. Trata-se de uma combinação particular de capitais que tornam um indivíduo ou grupo mais desejável do que outros, atribuindo valores para si além do campo sexual e privado, sendo muito importante na interação social cotidiana. Em outras palavras, os atributos como idade, pelos e gordura corporal, que poderiam ser motivo de invisibilidade em festas em que se cultuam a juventude, corpos sem pelos e musculosos, viram capitais em festas voltadas para o público ursino, podendo fazer com que alguns ursos se tornem mais atraentes do que outros nesses espaços. E aqueles antes prestigiados, nos espaços ursinos podem se sentir invisibilizados, invertendo a situação.

pares “não semelhantes”, como os *Bear-Chaser*, *Daddy-Cub*, *Daddy-Chaser*, *Chubby-Chaser*, por exemplo, são socialmente acusados ou questionados de ter algum tipo de relação financeira envolvida no casal, ou seja, que alguém estaria aproveitando-se financeiramente do outro¹¹ e a suspeita de não ser sincero o sentimento do casal. Nesse sentido, a visibilidade da diversidade de corpos e casais, evidenciando sua sexualidade de forma orgulhosa, sem vitimização e homossexual em espaços públicos é uma forma política de afirmação identitária e positiva das relações afetivo-sexual de corpos não convencionais (SIMÕES, 2011).

3.4.2 “Comer fora”

COLABORADOR F: E aí veio a história de que ia se fazer um primeiro encontro de ursos que era no restaurante no Jardins. Foi, teoricamente o primeiro encontro de ursos de São Paulo. O pessoal do Rio de Janeiro diz que eles foram os primeiros que nós.... Passei em frente, era um restaurante como qualquer outro normal, não era um lugar gay. Eu vi, passei em frente, vi umas pessoas lá dentro, mas eu fiquei meio preocupado, fiquei com medo e não entrei. Mais um desses meus amigos que eram amigos do Sérgio, inclusive que é o Nelson, que era o dono da Sampa Bears, estava lá, ele participou desse primeiro. Então, a divulgação disso ficou um pouco.... Sabe aquela história de mIRC? Era o início da internet. Bem no início tinha esse mIRC, que você criava os grupos para bate-papo, tinha um *nickname*, tanto que até hoje usa o *nickname* da época do mIRC. Aí, eles se conversaram por essa internet primária né? E aí divulgou-se e começou a divulgar esses encontros

Isso foi em que ano?

COLABORADOR F: Eu estou na dúvida se é 1996 ou 1997 está entre os dois, não lembro a data específica, mas foi no restaurante em jardins.

COLABORADOR I: Isso, embaixo tinha um restaurante onde acontecia encontros em 2002, 2003. Ali tinha alguns encontros de Ursos ali. Eu esqueci o nome do restaurante. Tipo, faz muito tempo! E lá aconteciam os encontros. Vinha o pessoal de Santos, vinha o pessoal de Campinas, foi honestamente um núcleo muito forte da comunidade.

Um outro aspecto, ligado ao anterior, é a leitura política da presença de corpos gordos reunidos se alimentando festivamente em espaços públicos. Os relatos de injúria quando uma pessoa gorda, independente do gênero e/ou orientação sexual, ingere comidas calóricas em espaços públicos, como praças de alimentação, geralmente recebe olhares e comentários que interpretam como justificativa para ser

¹¹ O termo o termo *Sugar Daddy* ou *Sugar Mama*, que não faz parte exclusivamente da taxonomia ursina, é usado para se referir ao relacionamento onde há o consentimento de exploração financeira ou troca de favores entre o casal. Geralmente, da pessoa mais velha para a pessoa mais nova, que paga favores, serviços ou bens em troca de afeto e companhia. Não se trata especificamente de prostituição da pessoa mais nova, uma vez que há um relacionamento relativamente estável entre essas duas pessoas.

gorda. Se são vistos ingerindo alimentos de baixa caloria, são lidos com piedade ou como pessoas que estão fazendo dieta. Além do ato de se alimentar em espaços públicos, as queixas sobre situações cotidianas como passar na catraca, viajar de avião, praticar atividades ao ar livre ou até comprar roupas se tornam frustrantes por não serem incluídos. Não é incomum os relatos de pessoas que se isolam e deixam de praticar atividades em ambientes de grande circulação de pessoas para evitar situações de preconceito e injúria¹². Portanto, esses encontros de grupos de amigos ursos e seus admiradores em cinemas, jantares em restaurantes - como aconteceu nos Jardins e acontecem até hoje - não deixa de ser um ato político afirmativo e de empoderamento em resposta às narrativas patologizantes e preconceituosas sobre o corpo gordo.

3.4.3 Virilidade ursina

Como será explorado durante o capítulo sobre a virilidade ursina, é importante reafirmar que essa também pode ser lida como um atributo político dos ursos enquanto corpos, imagem e comunidade.

Para Hennen (2008), os ursos, por trás do discurso do "cara normal, só que gay", apresentam elementos da heteronormatividade e masculinidade hegemônica, aparentemente sem questionar seus pressupostos. O que teria por trás do homem ordinário é o discurso do homem selvagem naturalizando ao invés de questionar as relações de gênero. Ainda assim, o autor defende tipos de resistências como o afeto, carinho e as relações homoeróticas entre homens e uma identidade homossexual que não faria ênfase nas práticas sexuais, como os *Leathers* e o *Hanky Code*, consideradas pelos ursos como subculturas homossexuais reducionistas à sua sexualidade.

Para os espanhóis Javier Saez e Sejo Carrascosa, os ursos, com suas posturais viris e ainda sim homossexuais, subvertem a lógica da masculinidade dominante e heterocentrista, que por sua vez é definida em oposição à

¹² Indicamos o trabalho dos "YouTubers" Bernardo (do canal Bernardo Fala), seu namorado Caio (Caio Revela) e Alexandra (Alexandrisomos), que são três militantes pelo empoderamento do corpo gordo e postam vídeos de opinião sobre temas diversos como situações de gordofobia, comportamento, empoderamento, moda, temas pessoais e outros assuntos.

homossexualidade e à feminilidade (SAEZ; CARRASCOSA, 2016).

Para acrescentar no debate, Trevisan, na última edição de seu livro "Devassos no Paraíso", faz algumas referências aos ursos. Mesmo fazendo um elogio à diversidade dos ursos, ele faz uma crítica não ao grupo, mas ao movimento de guetização da comunidade LGBT em geral, que se separa em tribos compartimentados e isolados (TREVISAN, 2018). Para o autor, a visibilidade e a militância política corre o risco de reducionismo quando isolados e sem força: como quando ursos não se misturam com as Drags, que não se misturam com as lésbicas, que não se misturam com os coroas, podendo citar ainda outros grupos, como se as pessoas LGBT se resumissem apenas em "fazer sexo" ou buscar uma identidade comum, excluindo as diferenças.

Concluindo, ainda que haja limites entre a identidade e as taxonomias dentro da "comunidade ursina", ela deve ser historicizada. Sendo fruto de todos os debates e reivindicações do final do século XX e início do XXI, os ursos questionam os papéis sexuais e o modelo moral familiar, mesmo com uma estética que remeteria à virilidade heteronormativa. Questionando os discursos de saúde e bem-estar, os ursos empoderam seus corpos ao realizar encontros ou jantares exibindo seus corpos volumosos e/ou velhos e sexualizados em bares, restaurantes e ruas. Os ursos subvertem a norma social ao propor diferentes rearranjos de casais (intergeracionais, interracialis, poligamia, relacionamento aberto etc.) que geram estranhamento quando não fazem parte do mesmo tipo físico, social, étnico e geracional. Contudo, concordando com Hennen (2008), apostamos no poder político dos *bears* que, assim como os ursos selvagens, eles estariam hibernando politicamente, mas ao acordar famintos, sairão destruindo tudo pois eles têm muito potencial de questionar a masculinidade heteronormativa e estarem mais presentes, enquanto grupo, nas pautas LGBT.

4. IDENTIDADE E VIRILIDADE GAY DO URSO

*I want to know, can you show me?
I want to know about the strangers like me
Tell me more, please show me
Something is familiar about the strangers like me
"Strangers Like Me" – Phill Collings*

*"Pervertido, mal-amado, menino malvado, muito cuidado!
Má influência, péssima aparência, menino indecente, viado!
A placa de censura no meu rosto diz:
Não recomendado a sociedade
A tarja de conforto no meu corpo diz:
Não recomendado a sociedade"
("Não Recomendado" Caio Prado, 2016)*

A música "Strangers like me" faz parte da trilha sonora da adaptação feita pelos estúdios Disney, Tarzan¹, de 1999 (direção de Chris Buck e Ikenvin Lima). Na cena em que a música é reproduzida na animação, o Professor Porter, sua filha Jane e o Caça-guia Clayton os ensina a língua inglesa, os costumes, cultura e alguns saberes ocidentais por meio de reproduções de imagens, mapas e livros. Tarzan vê a reprodução de uma típica ilustração do século XIX, de um homem em pé, de bermuda, como os antigos lutadores de boxe. Em seguida, o personagem imita o mesmo gesto com o corpo ereto, músculos tensionados, pés paralelos, braços atrás do corpo e semblante sério. Outras imagens típicas da era vitoriana também são insaciavelmente devoradas pelo Tarzan, inclusive a última imagem que chama sua atenção é a do homem apoiado com um joelho no chão, cortejando uma mulher ao entregar um buquê de rosas. Ele entende os gestos e o buquê como uma linguagem corporal para chamar atenção de Jane. Stuart Hall afirma que "a identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são partilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal" (HALL, 2002). Esse momento do filme seria onde ele aprenderia a "ser homem" na cultura ocidental.

¹ Não pretendemos abordar sobre as narrativas e as diferentes adaptações das "Aventuras de Tarzan" nos cinemas. Não fazemos menção, inclusive, sobre os debates raciais e da produção de discursos sobre os povos africanos e os corpos negros, debatido no livro de Ella Shoar e Robert Stam "Crítica da imagem eurocêntrica". A cena é usada como ilustração de uma situação em que há o reconhecimento de si no outro e os processos de formação de identidade.

A partir dos debates teóricos sobre identidade/identificação, virilidade e injúria, esse capítulo busca inferir o papel da injúria no processo de formação de uma identidade homoerótica desse homem gordo (e/ou maduro). Em um segundo momento faremos uma reflexão sobre os elementos que constituiriam a virilidade desse urso enquanto imagem de um grupo.

4.1 A injúria no processo de formação da identidade gay

Quando criança aprendemos boa parte de nossas referências que são adquiridas e transmitidas pelo contato com outros indivíduos. Família, amigos, professores e outras pessoas nos formam enquanto sujeito. Uma das formas de aprender e apreender o mundo é por meio da linguagem. Aprendemos muito, inclusive a xingar e maldizer o outro. Um dos xingamentos mais comuns de se ouvir em ambientes machistas, como no futebol, é a palavra “viado”. Desde criança, mesmo não sabendo muito bem o que aquela palavra quer dizer, entende-se que “ser viado” não é bem visto. Ninguém quer “ser viado”. Durante a adolescência, seus amigos e familiares culturalmente começam a comentar sobre sua vida pessoal. Questionam se já tivemos o primeiro beijo ou uma relação sexual. Há uma preocupação e cobrança para que o menino tenha uma relação sexual durante a adolescência enquanto as meninas a preocupação é o inverso. E o que acontece quando esse menino percebe que olha diferente para seu melhor amigo, muito parecido da forma como ele, por sua vez, olha para a amiga de sala? Obviamente essa é uma situação fictícia, mas que foi baseada nas falas dos entrevistados e suas experiências. Ao se reconhecer enquanto “viado”, antes da internet e os smartphones, havia uma sensação comum de solidão. “Será que só eu sou assim?”

Didier Eribon (2008), na segunda parte do livro “Reflexões sobre a questão gay”, disserta sobre esse sentimento, em especial dos homossexuais, a busca de uma visibilidade por meio de outras formas (na literatura, no cinema e nas artes em geral) para provarem que não estão “sozinhos no mundo”, que há outros “diferentes” ou “estranhos” iguais a ele. Livros como *O retrato de Dorian Gray* de Oscar Wilde, *Em busca do tempo perdido* de Marcel Proust, *Morte em Veneza* de Thomas Mann e outros autores que escreveram sobre suas experiências homoeróticas foram

fundamentais para dar visibilidade ao tema e diminuir angústias e sofrimentos de pessoas homossexuais que se viam isoladas e “doentes”. Além de possibilitar o engendramento de uma memória coletiva sobre essa “outra” sexualidade.

Ainda que hoje em dia podemos ver e ter muito mais acesso a diferentes manifestações da "cultura gay" (ou subculturas² gays), esse processo histórico e cultural é extremamente recente e nos identifica que somos, enquanto sociedade, o resultado de um extenso histórico de militância e principalmente de uma luta discursiva. Eribon usa, como exemplo, o processo de Oscar Wilde, e as denúncias de injúria social e histórica, representados nos discursos oficiais homófobos (nas ordens social, jurídica e cultural), sendo os mesmos fatores que impulsionaram seu contra-argumento-discurso e desempenharam um papel importante na formação da cultura gay do século XX. Mas como que um processo influenciaria na formação de uma identidade homoerótica? Assim como afirmou Foucault “a fala homossexual só pode se inventar, surgir, como um ‘discurso reverso’” (*apud* ERIBON, 2008). É historicamente um discurso reverso das normatizações dos corpos e suas sexualidades. Falar sobre as homossexualidades, nos tribunais e jornais, por exemplo, quebrou o silêncio sobre o tema. E deixar de silenciar é deixar de não-existir para muitas pessoas. Essa batalha cultural foi fundamental para o engendramento da cultura e uma identidade homossexual no século XX, sua militância e visibilidade até o início do século XXI.

O que queremos dizer não se aproxima de forma alguma ao senso comum de pensar que o acesso à literatura ou filmes com temáticas LGBT ou apenas ver casais trocando afetos na rua seriam a causa por “tornar uma pessoa homossexual”. Mas até a palavra *contra* a homossexualidade é, ao mesmo tempo, uma palavra *sobre* a homossexualidade. E isso ecoaria para aqueles que se sentiam isolados na sua descoberta da própria sexualidade e buscavam conforto consigo mesmo por meio da visibilidade e representatividade (mesmo que distorcida e por vezes

² É importante reforçar que a palavra subcultura é aplicada e entendida como desdobramento e possibilidades de culturas homossexuais, plurais, não isoladas. É o contrário de pensar a subcultura como hierarquias entre culturas, nem da dominante nem entre as variáveis não-dominantes.

monstruosa, em papéis de vilões de filmes Hollywoodianos ou desenhos da Disney³ por exemplo). Tomando como exemplo a cena da música “*Stranger like me*” de Tarzan, muitos homossexuais devoravam, emprestavam e cuidavam dos seus poucos livros, filmes e cantores que falavam aquilo que os homossexuais queriam ler, ouvir e ver. A visibilidade, ainda que por muitas vezes caricata, ridícula e insultada era uma forma de não se sentir só no mundo. Logo, paralelo a essa visibilidade, temos a injúria.

Assim como na música do Caio Prado "Não recomendado", as palavras de xingamento, as "piadinhas", os olhares maliciosos, os gestos, risos nervosos e caricaturas coletivas⁴ definem e reduzem aquele que é o alvo do enunciado (RIBEIRO, 2010). Ao mesmo tempo que produzem um efeito interno para aquele que escuta ou vê, externo no definir os valores sociais, os espaços que esse corpo pode ocupar e nas relações sociais, reforçando as hierarquias. Isso é o que Didier Eribon entende por injúria. (ERIBON, 2008)

O uso das injúrias como as caricaturas ou até mesmo a palavra “viado”, atravessa os limites entre os gêneros. E a língua antecede tanto a existência daquele que xinga quando aquele que sofre a injúria. É no processo de socialização que estruturamos nossa subjetividade (e os valores inconscientes) que colocam o sujeito num lugar e diminui a pessoa nesse lugar. A pessoa é sujeitada, no sentido de se tornar sujeito a partir do meio em que ela vive e das estruturas que a rodeia. E a língua é uma das estruturas que organiza a sociedade e a subjetividade dos grupos. A injúria tem muitos efeitos, o do "ódio de si", da homofobia internalizada, de gays que não quer “ser viado” (e todos os valores e atitudes que vêm junto com a palavra), pois aprendem que esse lugar, onde a injúria os colocam, é odiado. (ERIBON, 2008)

³ SANTOS, 2015. Pesquisa cujo autor analisa os perfis dos vilões da Disney que teriam, em sua maioria, alguns traços Queer em suas personalidades.

⁴ Por exemplo, dos personagens de novelas e programas da Rede Globo como os personagens gays no programa humorístico Zorra Total, como o papel do Cleiton, vivido pelo ator Caíke Luna, que era “Personal Style” da Lady Kate, vivido pela atriz Katiuscia Canoro em 2009 e 2010. Podemos citar outro estereótipo homossexual amplamente cantado na música "Robocop Gay" do grupo Mamonas Assassinas como alguns exemplos de como a imagem do homem homossexual é reduzida a personagens rasos, problemáticos e risíveis.

O homossexual se "sujeita" em referência as mesmas normas sociais e sexuais coletivas, mesmo ao entrar em contato com as subculturas gays, isso vai produzir em sua mente e corpo os mesmos efeitos, inscrevendo-o num coletivo cujas operações preexistem antes dele. Nesse sentido, o reconhecimento de aspectos e comportamentos ditos da masculinidade heteronormativa no meio gay é um exemplo de como muitos respondem a essas estruturas de dominação masculina. É uma forma de dissimular a sexualidade, o "discreto e fora do meio" com o objetivo de sofrer menos violência do que aquele que "dá pinta" ou o antigo "solta a franga"⁵. O efeito e carga da violência social seria maior para essa pessoa que dissimula sua sexualidade. Por contribuir com a perpetuação da injúria, que ao invés de denunciar e questionar a ordem social, mantém as estruturas de poder da heterossexualidade compulsória (BUTLER, 2016) e da dominação masculina (BOURDIEU, 2002). A injúria e a dissimulação, nas pessoas homossexuais, fazem parte do esquema de controle das manifestações sociais, dificultando inclusive a aceitação da própria sexualidade e o processo de assumir a sexualidade para outras pessoas. Há também o outro tipo de injúria, que é o que Eribon chama de "ódio de si" citado acima. A homofobia interiorizada, a hostilidade para com o outro que faz ver a si mesmo e a recusa desse reflexo. Eribon também diz que não é um caso específicos dos homossexuais, mas também de judeus antissemitas, negros racistas etc. (ERIBON, 2008).

É importante lembrar que tanto a noção de sexualidade, como forma de distinguir identidades, quanto a noção de identidade homossexual é algo moderno, no sentido temporal do termo (WEEKS, 2015). Não havia a concepção de homossexualidade na Grécia ou Roma Antiga (VEYNE, 2008) e até o século XX, o ato sexual entre dois homens era chamado de pecado da *sodomia*, já aquele que pratica era chamado por *sodomita*, de acordo com o discurso católico (FOUCAULT, 1993; TREVISAN, 2002; WEEKS, 2015). A representação da homossexualidade, em geral, era associada à efeminação no caso dos homens e a masculinização das

⁵ Sujeito que, de acordo com Eribon, sofre mais com a injúria ao dissimular sua sexualidade pois a disputa é interna. O medo de que a qualquer momento alguém poderá descobrir, seguido dos efeitos que essa descoberta pode acarretar, gerando um sofrimento que pode ser igual ou pior do que aquele que "saiu do armário" é submetido nas ruas e/ou nos ciclos sociais.

mulheres⁶, ou da noção de "desvio" ou "inversão". Considerado como "doença", "perversão" e "inversão", médicos e psicólogos consideravam a homossexualidade uma questão de "alma". Seria uma alma feminina em um corpo masculino que o faria ser homossexual e/ou transexual? O objeto de desejo homossexual é o corpo que não é o do gênero oposto, mas o inverso do oposto. A concepção de que um homem homossexual seria uma "mulher" em um corpo de homem (e o inverso para a lésbica). Essa concepção de inversão não distinguia orientação sexual, gênero ou de papéis de gênero. Era usado tanto para as pessoas transgêneros (heterossexuais ou homossexuais), quanto para as pessoas cisgênero homossexuais.

Outro item muito importante, ainda que trágica, foi a emergência do vírus HIV e da AIDS, ditos no primeiro capítulo. A associação da doença com a homossexualidade foi imediata. O estigma, entretanto, foi importante para mobilizar homens e mulheres em movimentos afirmativos da homossexualidade. Vimos com Trevisan que nunca se houve tanto debate sobre a doença e tanta visibilidade sobre corpos e sexualidade de homens gays e travestis (TREVISAN, 2018). Os ursos, dentro da geração de homens que viveram nos anos 1980 e 1990, também vão "se sujeitar" as mesmas mudanças de normas sociais e sexuais coletivas que se estava discutindo na época.

Concluimos que, o conceito de injúria nos ajuda a pensar sobre a formação das identidades dos ursos. Enquanto homossexuais, passaram por processos e experiências semelhantes de identificação (Hall, 2006), mas algo os difere das outras identidades e subculturas homossexuais. A questão do volume dos corpos e da oposição à cultura gay mainstream (principalmente pelo viés da virilidade) é um item interessante que difere discursivamente suas formações identitárias. A gordura corporal, voltando a questão da injúria, seria um outro lugar em que essas pessoas são colocadas, taxadas e restringidas enquanto identidade. Mas é no cruzamento entre orientação sexual, volume dos corpos, idade (além dos pelos corporais, etnias, posturas e preferências sexuais) que vão possibilitar subclassificações dentro da

⁶ Inclusive a homossexualidade feminina é negada, vista com menos importância ou preocupação e invisível nos discursos médicos. O que possibilitou menos vigilância dos corpos femininos, em comparação com os corpos masculinos, mas a invisibilidade da orientação sexual.

identidade do grupo e, apesar de criar novos rótulos, consequentemente novas fronteiras, elas possibilitam dar visibilidade para esses corpos e questionar outros grupos, identidades e formas de se relacionar.

4.2 Identidade ursina - “Viado gordo”

Figura 3 - *Ber, The Bear* (LOPES, 2010, p. 40)



“O que é ser urso? ”, “E o que não é ser urso? ”. Como dito no primeiro capítulo, não há um consenso entre os autores sobre uma definição do que seria um urso (WRIGHT, 1997 e 2001; SURESHA, 2002; HENNEN, 2008; DOMINGOS, 2010; FRANÇA, 2010; GONZALEZ JÚNIOR, 2012; GASPARI, 2013; SCAGLIUSI e FERNÁNDEZ, 2015; DINIZ, 2017). Entretanto, há alguns elementos ou ferramentas comuns nesses discursos usados para se definirem enquanto ursos: a negação de semelhanças ou características “do outro” e de outras subculturas em si próprio.

Na tirinha⁷, o personagem Ber⁸ recebe uma dupla violência, primeira física ao levar a pedrada e a segunda ao ser interpelado “Viado”. A interpelação é a forma do

⁷ Linguagem visual composta geralmente por 3 ou 4 quadros, pode ter ou não textos ou diálogos e é marcada por conter uma história completa (com início, meio e fim), distribuídos entre o primeiro e o último quadro, geralmente com um tom jocoso ou final inesperado no último quadro.

⁸ A revista é resultado do trabalho de Rafael Lopes no blog <http://berthebear.blogspot.com/>. Com posts de 2007 até 2010, o historiador, desenhista e escritor compilou as tirinhas nessa publicação de pouca tiragem (40 exemplares). O blog ficou ativo entre 2007 e 2012 cujos personagens foram baseados em amigos e experiências do autor. Atualmente o autor publica esporadicamente no perfil da rede social Facebook. Disponível em:

enunciador colocar o personagem “no lugar” do enunciado, restringindo e definindo seu espaço de atuação e associando seu corpo à promiscuidade, sodomia, pederastia, fraqueza e outros atributos negativos que o xingamento ou a injúria evoca. Ao responder “Não sou *veado*, sou urso! ”, Ber entende o xingamento e modifica o sentido por meio da associação com os animais: a palavra *viado*, como interpelação, se torna *veado*, o animal no segundo quadro. O personagem se coloca afirmando com uma postura orgulhosa sua identidade enquanto “urso”, ou seja, como aquele que se identifica como membro da comunidade ursina, não como animal, obviamente, em distinção simbólica dos significados atribuídos a palavra “viado”, mas que também pode ser lida como distinção da cultura gay mainstream. O que não causa efeito no terceiro e último quadro cujo personagem é novamente interpelado como “viado gordo”, o colocando novamente na posição daquele que é definido e limitado pela interpelação gerando o aspecto cômico da tirinha ao dizer nas entrelinhas “não deixa de ser viado”. Sendo essa uma possibilidade de interpretação da tirinha.

Engendrado no discurso do *Bear* americano, o processo de formação da identidade ursina é operado pela formulação de fronteiras identitárias com outras subculturas. Para me definir, enquanto identidade, eu afirmo o que não sou. Esse discurso também é percebido na fala do urso paulista:

O que não é ser urso?

Colaborador B: Cara... complicado... o que não é ser urso é ser magro, ser pelado, ou seja, sem pelos, fisicamente falando. Agora, acho que uma pessoa pode ser gorda e peluda e não estar inserida no meio ursino, não se considerar um urso e não ser urso. O que eu acho que tem uma coisa de se sentir representado pelo meio.

E o que é ser urso?

Colaborador B: Fisicamente falando é ser gordo e peludo. Mas não sei, acho que é igual travesti e transexual, sabe? Uma questão de se identificar, de frequentar, de estar satisfeito com o termo de urso, não ter algum tipo de vergonha ou constrangimento ao ser chamado de urso e você pode se considerar um urso. Acho que, para mim, tem a ver com auto identificação. E também com o meio em que se está.

Como você se classificaria dentro da comunidade?

Colaborador B: Eu sou urso. Tem gente que me considera Cub, porque eu tenho cara de mais novo, mas eu acho que sou urso.

Um dos pontos interessantes dessa fala, é a questão da *identificação* cujo conceito é visto como processo de subjetivação, de preenchimento de si e política de exclusão (HALL, 2014). Em seus textos “Quem precisa de identidade?” (HALL, 2014) e “A identidade cultural na pós-modernidade” (HALL, 2006), o autor Stuart Hall define a identificação como um novo caminho para trabalhar as identidades, uma vez que “a identificação opera por meio da *différance*, ela envolve um trabalho discursivo, o fechamento e a marcação de fronteiras simbólicas, a produção de ‘efeitos de fronteiras’”. É como o Colaborador B vê a diferença entre a travesti e a transexual, cuja identificação enquanto “homem que se veste de mulher” ou “mulher por dentro” não é algo externo, está em relação com o externo, mas principalmente uma questão subjetiva, definida pela própria pessoa que se identifica, em seu próprio processo ininterrupto de identificação. Desse modo é possível uma pessoa ser “gordo e peludo”, ou seja, ter os atributos que o definiriam enquanto urso, mas não se identificar como tal. Como também é possível que uma pessoa se identifique como urso, mesmo não sendo vista pelos outros enquanto urso, como o próprio Colaborador B que é visto como um “Cub”, ou seja, um “filhote” (um urso jovem), mas se considera um urso.

Em outras palavras, é pelos outros que me defino. Eu escolho “formas através das quais nós imaginamos ser vistos por outros.” (HALL, 2006) e a linguagem e o discurso são os meios pelo qual uso para me aproximar ou diferenciar do outro (“Não sou isso”, “não sou aquilo”, “sou mais parecido com isso”). E “as identidades podem funcionar, ao longo de toda sua história, como pontos de identificação e apego apenas por causa de sua capacidade para excluir, para deixar de fora, para transformar o diferente em ‘exterior’, em abjeto”. Entretanto, essas fronteiras podem ser porosas e as identificações mutantes, o que não anula sua importância de ser estudado, uma vez que a identidade é formada na interação do eu com a sociedade, que por sua vez, também está em constante mudança.

“É precisamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que nós precisamos compreendê-las como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas. Além disso, elas emergem no interior do jogo de modalidades específicas

de poder e são, assim, mais o produto da marcação da diferença e da exclusão do que o signo de uma unidade idêntica, naturalmente constituída, de uma “identidade” em seu significado tradicional – isto é, uma mesmidade que tudo inclui, uma identidade sem costuras, inteiriça, sem diferenciação interna.” (HALL, 2014)

A citação acima é chave para reforçar que as identidades são constituídas por meio da diferença e nos iluminou a leitura das entrevistas, cuja negação “do outro” se mostrou uma parte importante para entender as diferenças entre as identificações enquanto urso e as “taxonomias ursinas”, que mudam de um lugar para outro. Uma vez que não se pode fugir da injúria sobre a gordura corporal e a homossexualidade, a negação “do outro” também busca desvencilhar dos estigmas homossexuais construídos histórico e socialmente.

4.2.1 “Ursificação”

Lembrando ainda sobre a tirinha do *Ber, The Bear*, a injúria pela orientação sexual e gordura corporal é queixa comum dos entrevistados que construíram suas identidades justamente a partir dos seus corpos e suas sexualidades. Alguns traços comuns entre as falas são de uma adolescência marcada por violências físicas e simbólicas nos espaços sociais, principalmente na escola ou grupos de amigos. Em termos gerais, a sexualidade é tardia, em relação aos outros amigos dos ciclos sociais, devido ao baixo capital erótico (HAKIN, 2010) de seus corpos no meio que frequentavam. Curiosamente, há igualmente pessoas que não tem esses atributos ou perfil, que não sofreram as injúrias por ter um corpo gordo mas, movidos pelo desejo, criam o ideal de homem-urso e “se ursificam”. Em outras palavras, esses sujeitos modificam seus corpos engordando, emagrecendo ou criando músculos a fim de se identificarem dentro das taxonomias ursinas, atrair parceiros e se sentirem acolhidos pelo grupo:

Você acha que as pessoas se "ursificam" para fazer parte do meio?

COLABORADOR F: Acho, acho. Tem vários que eu conheço. Vários que eu conheço eram bem magros e se transformaram completamente. Assim como tem os ursos que viram *Musclebears* depois, que eram gordos, etc. etc. Vão para academia, daqui a pouco vocês estão todos *Musclebears* com aquelas camisetas todas apertadinhas etc. etc. Para mostrar que mudou um pouco também.

Você acha que o urso gosta de ser gordo?

COLABORADOR F: Não. Eu acho que o gordo vira urso. Ou assim, ele se vê e se identifica em ser urso por ser gordo. Ele acha o seu lugar. Não é que o urso gosta de ser gordo, é o contrário, é um gordo que se vê urso. E aí, depois que ele está acostumado, aí que ele pode ver o que ele vai fazer da vida. Se ele vai emagrecer, se ele vai virar *Musclebears*, se ele fica assim mesmo ou qualquer coisa assim. Mas o gordo se enxerga no mundo urso.

E, por exemplo, você falou também dos gordos que fazem a cirurgia bariátrica, eles deixam de ser o urso para algumas pessoas?

COLABORADOR F: Então, aquele cara que eu falei que é cheio de cicatriz. Ele disse que, quando ele era gordo, ele tinha muita gente atrás dele, muita gente que gostava de urso, que ficava atrás dele. A partir do momento em que ele fez a cirurgia e emagreceu, ele me disse que sumiu os admiradores, desapareceram completamente. Tanto que eu, desde que eu conheço, eu já conheci magro, razoavelmente magro, ele não é “super” magro. Mas eu nunca vi ele nem namorando, aliás eu nunca vi ele nem com ninguém, nem ficando... porque acho que as pessoas não aceitaram ele. Ele já disse isso para mim. Ele falou que as pessoas não aceitaram ele magro. E tem o contrário. Um desses negros que eu te falei, que fizeram a bariátrica, ele rejeita agora o mundo *Bear* porque ele já que não se vê mais como gordo, ele nem quer, ele nem vai em festa de urso, ele vai agora para a *The Week*, ele se vê como um magro.

Ou seja, para o Colaborador F, existe uma questão de identificação desses homens na imagem do urso. Esses sujeitos modificam seus corpos para encaixar, sair ou manter dentro de suas taxonomias. Esse argumento negaria parte do argumento precedente do “*regular guy*”, ou seja, do homem comum, ordinário, que supunha uma certa masculinidade neutra e um certo “descuido” de si e do corpo em oposição aos *Fairies* e *Clones* que modificariam seus corpos em aproximação às formas e padrões de masculinidade ou feminilidade (LES WRIGHT, 1997). A manutenção desse corpo dentro nas taxonomias também exige um esforço. Em ambos os casos, modificando ou mantendo seus corpos, muda o seu significado nos espaços sociais, as expectativas sociais e de gênero sobre esse corpo.

4.2.2 Saída do Armário

Durante as entrevistas perguntei se a comunidade ursina ajudaria as pessoas a “saírem do armário”, ou seja, a assumir a sua sexualidade para os círculos sociais (amigos, família, casa, trabalho, espaços de lazer, etc.).

Colaborador A: Foi tarde, eu sai do armário com 22 anos. Não tem nada a ver com a comunidade. Hoje em dia tem poucas pessoas no armário hoje em dia. Acho que tem muita tecnologia aí [...]

Colaborador B: Eu saí do armário antes de conhecer a comunidade ursina. **Mas, de acordo com o que você me falou, ela ajudaria na aceitação do próprio corpo?** Com certeza, para mim ajuda! ”

Senti uma diferença geracional nas respostas. Pessoas que nasceram no final dos anos 1980 como os colaboradores A e B, tiveram acesso à informação sobre sexualidade, experiências de sair do armário e outras identidades gays por meio da cultura pop, dos jornais, revistas e posteriormente pela internet⁹. O próprio fato de saber que “não estão sozinhos no mundo” que é uma fala comum de pessoas gays que nasceram antes dos anos 1980¹⁰ já estava sendo trabalhado emocionalmente durante a adolescência. Logo, a questão da sexualidade, ao descobrir a comunidade ursina, já estava resolvida na maioria das falas dos entrevistados. O que é diferente de outros colaboradores com idade acima dos 45 anos que não viam muitas representações de homossexualidade na TV, cinema¹¹ ou na mídia impressa. Essa que por muito tempo tinha uma imagem única sobre a diversidade.

Para essas pessoas que formaram a comunidade ursina, durante o final da década de 1990 e início dos anos 2000, a solidão também era um sentimento presente uma vez que não havia visibilidade de outros corpos e sexualidades no “meio GLS” e seus corpos não se adequavam a essas imagens (carregadas de injúrias e preconceitos que também gostariam de evitar). Nesse sentido, para essas pessoas a imagem do urso foi importante como uma outra possibilidade fazendo com que esses homens “saíssem do armário”. É o que vemos na fala do colaborador C e colaborador H, por exemplo:

⁹ Que foi se popularizando no Brasil nos anos 2000 (por meio das *Lan-Houses*, o barateamento dos Computadores Pessoais (PC) e a venda de internet discada ou banda-larga).

¹⁰ Lembrando que Dzi Croquettes, o Lâmpião da Equina e o 1º Encontro Brasileiro de Homossexuais foi no final da década de 1970 e início de 1980. A Primeira “Parada do Orgulho GLT” foi em 1997.

¹¹ No documentário “*The Celluloid Closet*”, em português como “O outro lado de Hollywood”, de 1995, entrevista diversos atores, roteiristas, cineastas, diretores que fizeram parte da história do cinema Hollywoodiano. Construído a partir de cenas e cruzamento de entrevistas de pessoas ligadas à produção cinematográfica de Hollywood, faz um panorama de como o cinema Hollywoodiano retratou as pessoas homossexuais ou a homossexualidade (ou “homossexualismo” nas palavras do filme) que, de acordo com o documentário, foi pouco trabalhada, mas quando aparecia era para provocar risos (com homens afeminados ou vestidos de mulher, não tanto com mulheres vestidas de homem), pena ou medo. E essas poucas imagens causaram efeitos duradouros na cultura ocidental. No geral, destino dos personagens Queers é sempre a prisão, suicídio, sofrimento, morto ou outro fim medonho como se fosse um pagamento pela sua ousadia e ter expressado sua sexualidade.

COLABORADOR C: Eu, quando era adolescente, meu pai era separado da minha mãe. Eu morava aqui na Rua Jaguaribe, uma rua aqui de baixo. E uma vez eu fui na casa dele. Ele foi me pegar no metrô, ele desceu pela [Rua] Marquês de Itu, para ir pra casa dele. E aí tinha o Bailão, que não era o Bailão, era o Homo Sapiens na época. E um monte de barzinho ali, onde tem aquele prédio gigantesco ali, tinha um monte de barzinho. Aí, passando com ele, eu deveria ter uns 14/15 anos, ele falou “Olha! Não vem nunca aqui, só tem putos!”. “Puto”, na minha terra é viado, né? Gaúcho fala “Puto”, não fala “Viado”. Nossa! Eu via aquele povo e pensava “Nossa! Me encontrei!!!”

E quando foi a primeira vez que você foi?

COLABORADOR C: Ahh... logo em seguida, acho que uma semana, uns dias depois. Fui lá ver o povo, né? Porque até então eu achava que eu era doente, né? Eu não tinha informação de... eu sempre fui masculino... eu acho que sou masculino, as vezes tem gente que não acha. E eu me sentia doente pois eu só via os tais “putos” femininos. Não sabia que existia um gay sem trejeitos. Sempre achei isso, achava que era doente. Falei “Será que vou ter que ser assim?” E eu não queria ser daquele jeito, desmunhecar, chamar atenção na rua, não queria. Aí passando, vi o povo, me encontrei!

COLABORADOR H: Ajudou, ajudou muita gente, sabia? Ajudou muita gente, cara, porque antigamente, nos anos 90, muita gente não se sentia aceito. Existia essa cultura de que gay deveria ser “maravilhoso”, assim, “perfeito”, né? Tinha quer ser Barbie, tinha que ter grana. E, quando surgiu o urso, fugia completamente desse estigma que de a pessoa tinha que ser “linda”, ser “perfeita”. Então, assim, muita gente não se assumia porque não se aceitava também. E quando começou a massificar a história dos ursos, muita gente falou “Meu! Posso ser gay do jeito que eu sou”. Então acredito que muita gente se aceitou e isso consequentemente ajudou a pessoa se assumir, assumir o que ela é, né?

Como dito anteriormente, as palavras antecedem a nossa existência e a língua é performativa, produz ação e reação, é atitude e carrega discursos. É no processo de socialização que estruturamos nossa subjetividade por meio da linguagem (ERIBON, Didier. 2008). Nossa identidade, moral e as culturas são operações coletivas, nunca individual. Aprendemos desde criança que ser “puto” ou “viado” é um lugar e uma forma de viver ou de ser que deve ser evitada ou odiada, por ser diminuída. Ligar-se a esses “putos”, ou de certo modo, assumir uma identidade ou cultura gay seria a mesma coisa de adquirir e assumir o histórico das injúrias associadas a representação dos homossexuais na sociedade. Por isso, a primeira reação e estratégia discursiva é o afastamento simbólico do que representaria ser “viado”. É “não desmunhecar”, criando uma nova possibilidade de viver sua sexualidade e a falsa esperança de se afastar do estigma social. Pelo mesmo motivo que muitos vão preferir o uso da palavra “gay” ou “entendido” ao invés da palavra “bicha” ou “viado”, ou menos comum, o “invertido”, “pederasta”, “pervertido” ou “sodomita” (GREEN, 2000).

Em resumo, esses homens, quando descobrem os espaços de socialização homoeróticos como a “comunidade” ursina (seus sites, aplicativos, festas, bares e encontros) começam a frequentar seus espaços de socialização, criam laços (de amizade ou entre parceiros sexuais) e se inserem no sistema de identificação e taxonomias do grupo (“Sou isso!”/“Não sou isso”). A manutenção ou a modificação de seus corpos, aqui chamada de “ursificação”, faz parte desse processo de identificação desse sujeito, que não se trata apenas de uma modificação do corpo, mas também uma equalização cultural e social dentro da rede de sociabilidade. Para alguns, a possibilidade de ser homossexual ou bissexual com uma esperança de sofrer menos injúria, os levariam a identificação com o grupo dos ursos devido à “naturalidade” do seu discurso e imagem viril. Por último, diferente da charge, o “urso” não pode ser equiparado ao “viado” enquanto identidade. Antes de serem ursos, independentemente da idade, os entrevistados se reconhecem primeiramente enquanto homossexuais/bissexuais antes de serem parte da comunidade ursina. Logo, a cena dos quadrinhos não se repetiria em uma cena cotidiana, uma vez que as taxonomias ursinas claramente não se tratam de identidades e/ou orientações sexuais, mas uma “classificação” de corpos baseado nos itens idade, pelos, volume corporal, etnia e até nacionalidade.

4.3 Figura do urso e virilidade

Como mencionado no primeiro capítulo, uma das explicações sobre a origem dos ursos se deu entre os anos 1970 e 1980 em São Francisco, quando homens, querendo se afastar dos códigos dos lenços (“*hanky code*” com seus significados associados às práticas sexuais) nos bares de couro, começaram a usar pequenos ursos de pelúcia em seus bolsos da calça ou em camisetas como uma forma de indicar menos ênfase no sexo casual. Não apenas os homens, mas os bares começaram a colocar um ursinho de pelúcia no balcão para indicar que estavam de acordo (LES WRIGHT, 1997. p.21). Mas, porque a figura do urso foi escolhida para passar essa mensagem? Como que essa figura se transformou na representação de um grupo ou de um corpo? Como a imagem de uma pelúcia conseguiu atribuir

sentido de virilidade de um grupo? Quais sentidos e significados podemos ver no uso da imagem de um urso? Na primeira parte do tópico abordaremos a figura do urso enquanto um conjunto de referências que serão resgatadas pela comunidade ursina no final do século XX. Associada à virilidade, partiremos para o segundo tema do tópico, entendendo sua construção a partir da relação com as outras subculturas homossexuais e o cruzamento dos diferentes autores.

De acordo com o vídeo de Jon Mooallem¹², apresentado em uma conferência TED, a origem do urso de pelúcia *Teddy Bear* vem da história do 26º presidente dos Estados Unidos, Theodore Roosevelt (apelidado de Teddy), que governou o país entre 1901 e 1909. De acordo com a história, o ex-presidente estava caçando no outono de 1902 em Mississippi.

“No primeiro dia de caça, não viram um urso, o que foi uma grande decepção, mas no segundo dia, os cães encurralaram um após uma grande perseguição, mas, neste ponto, o presidente já tinha desistido e voltado ao acampamento para o almoço, então, seu guia de caçadas feriu o animal no topo de sua cabeça com a coronha do seu rifle, depois o prendeu a uma árvore e começou a tocar sua corneta para que Roosevelt pudesse voltar e ter a honra de atirar. O urso era uma fêmea. Estava atordoada, ferida, muito magra, um pouco sarnenta e quando Roosevelt viu o animal amarrado à árvore, simplesmente não conseguia atirar nele. Ele sentiu como se aquilo fosse contra seu código como esportista.

Alguns dias depois, a cena foi imortalizada em uma charge política em Washington. Foi chamada "Drawing a Line in Mississippi". Tinha Roosevelt com a arma para baixo e o braço estendido, poupando a vida da ursa, que estava sentada sobre as patas traseiras com olhos grandes, assustados e pequenas orelhas no topo de sua cabeça. Parecia desamparada, como se quisesse ser pega nos braços e tranquilizada. Não teria parecido familiar no momento, mas se você observar a charge agora, reconhecerá o animal imediatamente: é o ursinho de pelúcia. Foi assim que o ursinho de pelúcia nasceu. Os fabricantes de brinquedo pegaram o urso da charge, transformaram-no em um brinquedo de pelúcia e o nomearam em homenagem ao Presidente Roosevelt – Urso do Teddy.”¹³

¹² TED é uma organização sem fins lucrativos dedicada à difusão das ideias, de diferentes temas e áreas, geralmente sob a forma de palestras curtas. A fala de Jon Mooallem foi registrada em março de 2014 na conferência TED2014. Texto traduzido por Juliana Satti e revisado por Nadja Nathan. Disponível em: https://www.ted.com/talks/jon_mooallem_the_strange_story_of_the_teddy_bear_and_what_it_reveals_about_our_relationship_to_animals?language=pt-br. Acesso em 25 jul. 2017.

¹³ Com o objetivo de tratar sobre ecologia, a conferência de Jon Mooallem nos mostra como a imagem de algo aterrorizadora como um urso selvagem, que causava problemas com os gados, era tema de histórias de terror, foi romantizada, convertida em uma imagem bonita, fofa e pura, materializada em um objeto infantil. De acordo com Mooallem, além do fato de que nos simpatizamos mais com animais que se parecem conosco, a mudança se deu devido ao distanciamento dos espaços rurais e no momento em que perceberam que a espécie estava sendo dizimada, devido a prática de caça desses animais. O temor vira compaixão.

Ainda sobre a figura do presidente, Teddy incorpora simultaneamente dois conceitos ou modelos de masculinidade contraditórias (construídas pelo pensamento europeu ocidental), a “masculinidade civilizada” e a “masculinidade primitiva”. (BEDERMAN, 2008). A “masculinidade civilizada” seria os valores, a moral e atributos do homem urbano e refinado, com etiquetas e modos ligados à brancura (*whiteness*), enaltecida pelas classes médias Vitorianas no fim do século XIX e início do XX. Já o modelo de masculinidade primitiva constituiria “qualquer característica, boa ou má, que todo homem possui”, ligada à natureza e ao caráter racial já que eram associados aos homens das “tribos africanas” de peles escuras na época. Como a masculinidade civilizada vai ser lida como uma afeminação da masculinidade primitiva devido aos efeitos da civilização, o retorno à natureza (*Back-to-nature*), mesmo que simbólica, quando não ultrapasse os limites culturais e geográficos entre o urbano e o rural, vai ser uma forma de afirmar ou buscar uma afirmação da própria virilidade (Ibidem, 2008).

Já a relação entre o homem e o urso também tem um histórico iconográfico e simbólico nas culturas do Norte da Europa e Ásia. A pesquisa de Jean-Dominique Lajoux (1998) faz uma análise comparativa das culturas de países nórdicos da Europa, Ásia, Rússia e especialmente no norte da Sibéria cuja figura do urso, seu imaginário e representação era algo muito presente na cultura desses povos desde a antiguidade, presente nos rituais, mitos e até no estudo sobre os astros. Dentre as várias formas de representação do urso - vezes como deus, sagrado, nobre, aliado à sua força, ora protetor de uma comunidade ora risco e perigo de sobrevivência – temos uma associada morfologicamente à figura humana por sua bravura ou potência sexual (devido ao famoso osso peniano dos ursos). Há também registros de lendas de ursos que raptam mulheres e as seduzem, engravidando-as, sem que isso fosse motivo de vergonha para o grupo.

O que antigamente era associado à violência, força bruta, raiva, ganância e glotonaria, a figura do urso hoje, principalmente explorada nas áreas de publicidade, é muitas vezes associada à credibilidade, maciez (“fofinho”) e ser amigável nas propagandas de produtos como refrigerante, amaciante, cereais, doces e

panificadora, por exemplo (ROFES, 1997). E até o sentido da frase “abraço de urso” que era associado anteriormente à falsidade, hoje é usado para se referir a um abraço forte e carinhoso.

Nesse sentido, em um primeiro momento, pode ter sido por associação morfológica entre esses homens grandes, gordos e peludos com o animal selvagem. Mas a estética do *Bear* americano, associado à figura do urso de pelúcia, no seu início, pode resgatar não apenas o ato de braveza e honra do ex-presidente, mas também uma série de discursos e imaginários enraizados na cultura norte-americana associada ao rural, à natureza, mesmo se tratando de uma comunidade e subcultura urbana. E ao chegar no Brasil, país que não possui ursos selvagens como parte da fauna brasileira, importa essa figura esvaziando seus sentidos e valores, prezando apenas na associação da imagem antropomórfica dos ursos com a figura humana, primeiro de pelúcia associado à amizade e carinho e em seguida o urso selvagem associado à virilidade.

4.4 Bears e os Leathers

Antes de abordar especificamente sobre a virilidade dos ursos, é importante relacioná-los com outro grupo, a subcultura *Leather*, que historicamente está ligada à “comunidade ursina”. Há registros de ambos frequentando bares de moto clubes nos Estados Unidos dos anos 1970. Não havia distinção entre os dois. O que os unia era uma alternativa para aqueles que não se adequavam às subculturas homossexuais urbanas da época. Les Wright conta que os clubes de urso seguiram na mesma linha dos moto-clubes, chamando-os de “velhos primos” pelo autor, realizando festas periódicas nesses espaços (LES WRIGHT, 1997. p. 34)

Já outro autor, Robert Ridinger, no segundo volume do *The Bear Book*, o pesquisador Peter Hennen e Javier Sáez vão mais à fundo. Apesar da presença do couro estar no repertório erótico-sexual de pessoas de diferentes orientações sexuais, é no pós-guerra que a subcultura do couro virá à público: inspirado na tradição militar somado ao símbolo de liberdade e rebeldia dos anos 1950, a motocicleta (RIDINGER, 1997. p.163-167). Já Hennen, de uma perspectiva de

gênero, além da sensação de liberdade e rebeldia, identifica a fetichização da máquina como uma resposta ao sentimento de perda de virilidade devido à industrialização que estava gradualmente substituindo a força e o trabalho manual do homem do final do século XIX e início do XX, que deixariam os homens mais "fracos". Os cavalos são substituídos por motocicletas que por serem mais velozes e perigosas, permanece o imaginário viril de uma máquina tremendo entre as pernas de um homem solitário que viaja nas estradas (HENNEN, 2008. p. 134-141).

Com a popularização das motos, uma parte desses homens que se relacionava com outros homens, que não se identificavam e não eram bem aceitos na cena gay urbana da época, começou a se encontrar no começo dos anos 1960 (SAEZ, 2003) e formar sua própria subcultura, incorporando valores experimentados no exército como a disciplina, a hierarquia e companheirismo, estética "dura" dos corpos e do indumentário como elemento de identidade (que antes eram usados como equipamento de proteção como as jaquetas, *chaps*, quepes e botas de couro, agora como referência estética do grupo). O ponto de encontro se dava nos bares, convivendo inclusive homens heterossexuais e homossexuais, unidos pelo couro, motos e suas dolorosas memórias de guerra¹⁴.

O primeiro moto clube gay identificado por Hennen foi o *Styrs*, com o primeiro encontro em Los Angeles em julho de 1954. Quatro anos depois, o *Oedipus Motorcycle Club*, também de Los Angeles. Outros em Nova York, Chicago e São Francisco foram surgindo nos finais dos anos 1950 e começo dos anos 1960 (HENNEN, 2008. p. 40). Mas é no 1970 que os sofisticados códigos e novas práticas sexuais sadomasoquistas se espalham¹⁵. O artista Hal Fischer se debruçou sobre as diferentes subculturas homossexuais masculinas que encontrava nas ruas de São Francisco nos anos 1970, coletadas na série de fotografia *Gay Semiotics*. Há a associação de imagem com palavras, interpretando os acessórios e as roupas como

¹⁴ Sobre o tema, Hennen acrescenta a importância da guerra como um período de experimentações, entre a adolescência e o casamento, longe dos olhares de amigos, familiares e da cidade. Foi quando muitos tiveram suas experiências homoeróticas.

¹⁵ A subcultura *Leather* também deve aos filmes *The Wild One* (O Selvagem), de 1953, com interpretação de Marlon Brando e o filme *Rebel Without a Cause* (Juventude Transviada), de 1955, com James Dean. Mais atual, o filme *Cruising* (Parceiros da Noite), de 1980, curiosamente levanta um debate entre os espectadores se o assassino procurado pelo policial, interpretado por Al Pachino, não seria uma metáfora para a AIDS. Por trás da mesma roupa, aparentemente são pessoas diferentes nas várias cenas de morte dos personagens homossexuais do filme. Mas vale as várias cenas nos bares onde podemos ver o uso de roupas e acessórios de couro, inclusive dos lenços.

um conjunto de mensagens, chamadas de imagens arquétipos, dos diferentes "tipos" de gays da época ("clássico", "natural", "rural", "urbano" e "couro"). E, em seus registros, o *Hanky Code* ou código dos lenços, é um ótimo exemplo: cada cor representa um tipo de prática sexual e o lado em que o lenço se encontra pode identificar o papel sexual ou preferências. Se posicionado do lado esquerdo indica o papel "ativo" (penetrador ou o praticante), se do lado direito a preferência pelo papel "passivo" (penetrado ou o que recebe) no ato sexual. Já as cores são o preto (indicando a prática sadomasoquista), o azul escuro (sexo anal), azul claro (sexo oral), vermelho (*fisting*), branco (masturbação), amarelo (uso de urina durante o ato sexual).

Em um primeiro momento, poderíamos entender a estética da subcultura *Leather* e a prática do sadomasoquismo como submissão absoluta dos estereótipos heterossexuais apoiadas na virilidade tradicional, violenta e em oposição ao feminino (BADINTER, 1993). Os acessórios de couro e as posturas hipervirís viriam como um desejo de parecer ser forte, livre e ativo em oposição ao discurso estereotipado do homem homossexual afeminado e passivo caricatural. E que, ao invés de serem livres dos estereótipos, entrariam em outro anterior, de acordo com os mesmos discursos de opressão do "homem duro", que é como a autora entende o ideal masculino tóxico por meio da imagem do homem Western/cowboy solitário, independente, sem qualquer traço de feminilidade, destemido, forte, potente, que busca o sucesso, poder e admiração sem temer os ricos ou perigos e cujas mulheres são acessórios, tratando-as de forma assimétrica para reforçar sua masculinidade.

Entretanto, para autores mais atuais como Javier Saez e Sejo Carrascosa (2016), em um momento do texto, questionam essa lógica da submissão dos discursos patriarcais. Se o pensamento que estrutura a honra e a virilidade é o da impenetrabilidade - e o homem que é penetrável é equiparado ao estatuto "inferior" de mulher, se é aquele que renuncia a sua virilidade, rebaixa ao feminino - os ursos, os *leathers* e os praticantes de BDSM questionariam essa lógica. Para os autores:

"A novidade dessas comunidades é que, por um lado, se apropria das características da masculinidade e, por outro, integram em sua cultura o

sexo anal de forma visível e orgulhosa, o qual supõe um paradoxo para o estereótipo homofóbico: um homem viril que gosta de ser penetrado? Isto é em princípio uma contradição. Penetração passiva equivalham feminino. Virilidade que vale um pouco impenetrável.” (SAEZ & CARRASCOSA, 2016).

A prática do *fisting*, ato sexual que envolve a penetração do ânus pelo punho e braço, seria o melhor exemplo de quebra de paradigma falocêntrico e heteronormativo uma vez que o pênis não é o foco no ato sexual. No encontro do punho com o ânus, pouco importa se o pênis está ereto (de ambos os praticantes). Ele pode ou não ser usado no ato sexual. E o personagem principal é o prazer do passivo, daquele que está recebendo os estímulos anais, não de quem está colocando a mão, invertendo a lógica que enaltece o papel do “ativo sobre o passivo” no ato sexual. Ainda que contraditório, os próprios autores lembram que essas culturas se apropriam do prazer anal, mas não da feminilidade. A penetração permanece visualmente viril pela sua agressividade consentida. E os gays afeminados permanecem não bem vistos dentro desses grupos (SAEZ & CARRASCOSA, 2016).

Voltando ao tema, o que havia em comum entre os ursos e os *Leathers* era o discurso do "homem natural", no sentido de ordinário ou comum. Por esse motivo Hennen defende que os ursos e os *Leathers* foram contemporâneos, não podendo afirmar qual movimento veio primeiro. Inclusive a estética viril dos *Leathers* e seus acessórios também eram presentes nas publicações voltadas para o público ursino em diversos trabalhos analisados entre os anos 1984 e 1998, influenciando inclusive a estética dos Clones dos anos 1980 de São Francisco.

Apesar de não se ter um acordo sobre qual movimento veio primeiro, a separação entre os *Leathers* e os *Bears* se deu primeiramente de forma simbólica. Como dito acima, os *Leathers* e os Clones usavam lenços em seus bolsos para indicar preferências e práticas sexuais, o *Hanky Code*. Em negação a ênfase na sexualidade e nas práticas sexuais, os *bears* nos anos 1980 começaram a colocar ursos de pelúcia em seus bolsos da calça ou das camisas para indicar que não gostariam de se sentir reduzidos ao seus órgãos sexuais e fetiches, além do enfoque na camaradagem ao invés da competição por parceiros sexuais. Em um segundo momento, a separação foi mais evidente com a abertura de novos bares,

festas e encontros específicos para a comunidade ursina (LES WHIGHT, 1999. p. 21; HENNEN, 2008. Pág. 97).

COLABORADOR C: Tem uns que gostam. Eu não ligo. Isso é coisa lá de fora, dos Estados Unidos. Aqui tem o povo que vai nas festas de... tem lá o *Eagle* e eles fazem, à noite, as festas temáticas de couro.

Mas isso é bem recente, né? Nos anos 2000 não tinha muito isso...

É bem recente. Não tinha nada disso ou era tudo muito escondido.

Mas isso não explica por completo sua permanência ou reconexão em outros tempos ou espaços como em São Paulo, onde podemos perceber um recente movimento de aproximação dos ursos em festas de couro, como a festa Brutus, ou quando vemos pessoas que usam acessórios de couro (como o *harness* ou arreio) nas festas de ursos como a Bigger ou até mesmo na Ursound. Ambas subculturas foram importadas e incorporadas na cena gay paulistana, mas a subcultura *Leather*, até o presente momento, se mostra mais tímida, com poucas e recém opções de festas e encontros.

Certamente a incorporação da cena *Leather* e o encontro com os ursos, não tem o mesmo sentido que foi atribuído nos Estados Unidos nos anos 1970. Ou seja, não há memórias de guerra para unir homossexuais e heterossexuais em bares urbanos, a motocicleta deixou de ser um símbolo de rebeldia e liberdade para compor mais um elemento nos debates sobre mobilidade urbana, inclusive não podemos ainda afirmar que há um discurso de identidade homossexual homogênea e que os *Leathers* estariam tentando contrapor ou resistir a esse discurso. O mais interessante seria apontar o movimento contrário: o dos ursos que começam a frequentar os recentes espaços *Leathers*, pois a crítica de que os *Leathers* teriam um enfoque nas práticas sexuais, motivo do distanciamento entre os dois grupos nos anos 1980, já não faz mais sentido atualmente nem nos Estados Unidos nem em São Paulo.

Essa questão, que não fazia parte do repertório das perguntas, curiosamente apareceu nas entrevistas como é o caso do Sérgio:

COLABORADOR E: Em Chicago, quando se faz a festa do Pride, se faz a festa dos *leathers* e dos ursos. O *leather* é um fetiche para mim, um exemplo claro de fetiche, que usam tipos de vestimentas de couro ou borracha. É um estilo do qual... eu tenho uns acessórios de couro, mas não me identificava. O que acontece? Tem muitos *leathers* que tem um aspecto de urso, aí que está a junção.

O próprio entrevistado, que se define como urso, que frequenta os espaços ursinos, não se identifica muito com a subcultura *Leather*, mas ainda sim possui alguns acessórios de couro que usa nas suas relações eróticas/sexuais. É importante reafirmar que nem todo urso frequenta os espaços *Leathers* e/ou BDSM¹⁶. Nem todos que frequentam esses espaços sadomasoquistas são considerados ursos ou da comunidade ursina, mas alguns ursos frequentam as festas fetichistas e outros corpos, por conta dos seus volumes (por gordura e/ou músculos), pelos e barbas podem ser confundidos com ursos, mesmo não se identificando com eles ou frequentando seus espaços. Inclusive é mais frequente ver o movimento dos ursos em festas de couro que o contrário, os fetichistas irem em festas de ursos.

Em resumo, uma das justificativas da estética leather se manifestar na cena ursina paulista, ou da presença de ursos nas festas de couro certamente se dá por meio do reconhecimento de uma imagem masculina e viril dos corpos associada em ambas subculturas homoeróticas. Essas fronteiras são porosas, mas a questão do corpo volumoso e dos pelos corporais não são atributos que poderíamos chamar de identitários para os amantes do couro, em outras palavras, ser gordo e peludo não é um elemento comum entre os diferentes frequentadores das festas e espaços *leather* e/ou BDSM homoeróticos.

4.5 A importância da barba

Historicamente a masculinidade do homem esteve ligada a presença ou ausência de pelos. (CORBIN, 2013). Nos textos da Grécia antiga, as indicações sobre a idade dos jovens são imprecisas. Mas é o surgimento da barba o indicador de virilidade, chamado de *erastes*. Os senadores romanos também vão manter suas barbas como símbolo de status político. Na idade média, após o concílio de Toulouse em 1119, a barba foi um símbolo de distinção entre os clérigos das igrejas

¹⁶ Não pretendemos fazer uma distinção entre os *Leathers* e a cultura da bondage-sadomasoquismo (BDSM) cujo couro faz parte do repertório dos fetiches, não apenas ele, mas muitos outros como o *fisting* (que é a prática sexual onde o anus é penetrado com os dedos, mão punho e braço), *pissing* (fetiche que envolve urina no ato sexual), *feeding* (fetiche de alimentar alguém durante o ato sexual) e outras múltiplas manifestações da sexualidade humana já citado ao nos referirmos ao trabalho de Hal Fischer "*Gay Semiotics*".

católicas apostólicas romanas das ortodoxas, além de qualquer aproximação com os germanos, muçulmanos e judeus (mesmo com algumas menções bíblicas que viam com maus olhos retirar a barba - Jeremias 41,5 e 48,37; Levítico 14,9).

Durante a maior parte da era moderna, barbas e bigodes estavam presentes apenas em pessoas à margem da sociedade. Nos Estados Unidos foi comum se evitar os pelos faciais por gerações. A mesma aparência imberbe prevaleceu em toda a Europa entre as classes capitalistas. Na Europa, nas décadas de 1830 e 1840, socialistas, artistas, grevistas e outros críticos do capitalismo começaram a deixar suas barbas crescerem. Mesmo com a invenção das máquinas de barbear de King C. Gillette, em 1901, frequentemente associada ao desaparecimento da barba, vai demorar um pouco para se tornar um aparelho doméstico comum e deixar com que os homens de negócios tirassem seus bigodes bem aparados para adotarem a estética imberbe do século XX, associado à civilidade e higiene.

Em janeiro de 1910 a revista brasileira Fon-Fon¹⁷, em uma matéria humorada intitulada “Sete dias de um neurasthenico”¹⁸, comenta em um trecho sobre a mudança da moda no começo do século no Rio de Janeiro:

“Já repararam vocês na quantidade de homens e rapazes completamente desbarbados que andam agora por ahi? É a influência *yankee*, afirmam, introduzida nos nossos habitos pacatos pela agitação melhoradora da *Light*. Pois seja! Eu aprecio muito este habito. Dá uma certa expressão de limpeza physionômica, alarga a physionomia em traços de inteligência e experteza. Acho o bigode um ornamento cabelludo immoral e perfeitamente dispensável e só em um caso lhe conheço a utilidade – quando se arranja a carta de bacharel ou grão de medico. Facilita a exhibição do anel symbolico em passeios de bond pela rua em que mora a namorada. No mais só serve para atrapalhar e enojar os outros. Vão a um hotel e se são capazes apreciem um senhor de grande bigode sorver, pelo menos, três colheradas de sopa. Tira o appetite.

Do bigode ao cavaignac a distância é curta – apenas a que vai do labio superior ao queixo. O cavaignac vai desaparecendo com os arrancos

¹⁷ Revista ilustrada semanal fundada por Jorge Schmidt na cidade do Rio de Janeiro, em 13 de abril de 1907 e extinta em agosto de 1958. A revista publicava em seus textos temas como os costumes e o cotidiano carioca; cultura e artes, atualidades, sátiras políticas, crônicas sociais, curiosidades e diversos outros temas. Onomatopeia do som da buzina dos automóveis, a revista reforçava a ideia de uma publicação que se identificava com os valores da modernidade, tecnologia e progresso. Seu público alvo eram os leitores da classe média alta (BRITES, 2000).

¹⁸ Infelizmente não foi encontrado informações sobre o autor do texto, com a alcunha de M.P. O seu acervo foi digitalizado. Disponível em: http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/fonfon/fonfon_anos.htm. Acesso em 14 out. 2018.

rápidos da nossa civilização. E a prova é que na Câmara onde ha para mais de duzentos deputados, de todos os feitiços, de todos os lugares deste enorme país, só há um cavaignac que mereça esta classificação marcial – o do Coronel Manoel Fulgêncio. Antigamente o cavaignac representava, entre nós, uma classe – o major de polícia reformado ou o velho voluntario da Pátria. Por fim, o cavaignac há de desaparecer completamente, formando um espolio de antighalhas com a sobrecasaca e a cartola.”

Podemos identificar algumas mudanças na moda masculina do começo do século XX. O “yankee”, associado à chegada da empresa canadense Light, simboliza a mudança do eixo cultural onde as tendências norte-americanas concorrem com a influência cultural, antes predominantemente Europeia, nas artes e moda. Para não se prejudicar com figuras influentes da política, mas sem deixar de influenciar seus leitores, o autor abre suas exceções ao uso de barba apenas para bacharéis, médicos e políticos como Coronel Manoel Fulgêncio. Caso contrário era um caso de higiene, associando a barba à sujeira, imoralidade e ignorância. E o contrário, retirar a barba como um ato de progresso e inteligência, alinhado com o pensamento político higienista da época.

O pesquisador Stephen Mihn defende que historicamente a moda das barbas segue as tendências do capitalismo e seus críticos. Quando o capitalismo assume suas formas mais robustas, burgueses, empresários e especuladores usam mais livremente suas barbas como símbolo de sabedoria, credibilidade e maturidade. No século XIX, comunistas e radicais também deixavam suas barbas crescerem, o que não demorou muito para a barba virar um símbolo de anticapitalismo e movimentos político-sociais, fazendo com que o mundo corporativo e a moda recusassem as barbas. Friedrich Engels e Karl Marx, com suas barbas, se tornaram símbolos de virilidade e de protesto contra o capitalismo que vão submergir e voltar de tempos em tempos com as greves dos trabalhadores e operários, com a URSS e a revolução cubana (Fidel Castro e Che Guevara), com as políticas de esquerda e os movimentos sociais. Che Guevara, símbolo de virilidade nos anos 1960, também vai inspirar homens a deixar seus cabelos e barbas crescerem.

Não apenas os movimentos de oposição ao capitalismo, mas também guerras civis, ex-combatentes do exército e pequenas crises de masculinidade devido ao avanço das mulheres nos espaços sociais e políticos vão interferir na forma como

eram lidos o uso dos pelos faciais pelos homens, como também observado no trecho da revista Fon-Fon: “Antigamente o cavaignac representava, entre nós, uma classe – o major de polícia reformado ou o velho voluntario da Pátria”. Com o fim da Guerra Fria e o livre mercado, uma vez que não há mais o “perigo comunista”, agora o alvo é outro, os “terroristas”. Ainda assim, nas suas proporções, as barbas aparadas e estilizadas começam a voltar com ares de “novidade” nos donos de empresas de tecnologia como Google e Apple, na moda com os *lumbersexuals* e os *hipters*.

E onde os ursos entrariam nesse tema? A partir da metade do século XX, devido aos diferentes discursos (médicos, sociais e publicitários), os corpos gordos são frequentemente e gradualmente estigmatizados, estereotipados e associados à preguiça, desleixo com aparência, problemas de saúde, não bem-estar e baixa autoestima (VIGARELLO, 2012; SANT’ANNA, 2016).

Outro fato, que atinge os corpos gordos masculinos e sua masculinidade, é a associação com traços estereotipicamente infantis ou femininos devido às formas arredondadas do rosto, quadris largos e aumento das glândulas mamárias e tecido adiposo na região do peito (PYLE & LOEWY, 2009). Logo, esses homens são associados não apenas à feminilidade, mas também a assexualidade, por ter menos atrativos sexuais ou capital erótico na maioria dos espaços de socialização homoeróticos.

Por último, a misoginia também é um elemento que vem como uma forma de reforçar uma identidade viril do grupo. Não que os ursos individualmente seriam misóginos, mas coletivamente as mulheres não são incluídas como parte do grupo¹⁹,

¹⁹ Por um tempo o valor da entrada para mulheres na festa Ursound era maior que a dos homens, para evitar o público feminino. A partir de julho de 2017, devido à mudança no artigo 56 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), que proíbe espaços cobrarem preços diferentes para homens e mulheres, as festas de ursos não fazem distinção de preço, mas a presença das mulheres ainda é pequena nas festas.

sendo igualmente uma tentativa subjetiva de reafirmar a virilidade da comunidade e seus membros²⁰.

COLABORADOR F: Mulher pagava mais caro, agora que a lei..., mas a maioria das festas de urso era assim, viu? Porque eles tinham medo de que virasse lugar para sapatão. Então, era para barrar mesmo! Eles faziam isso para barrar. **Mas era para sapatã ou para as amigas dos gays?** Para os dois.

Concluindo, inferimos que, longe de qualquer risco de associação ao comunismo ou movimentos de esquerda, uma das estratégias de escapar subjetivamente das narrativas médicas, sociais e publicitárias sobre o corpo, agregando status e capital erótico, é a justamente a admiração dos pelos faciais e corporais como um discurso simbólico de identidade e virilidade em oposição aos de feminilidade e assexualidade associados aos seus corpos.

4.6 Virilidade ursina

Você acha que os ursos de São Paulo são mais conservadores?

COLABORADOR E : Que pergunta... Somos homens, cara! Então, se eu te dizer que somos mais hipócritas que conservadores, vou seu cruel comigo mesmo. Eu sou homem e quando vejo outro homem que me dá tesão... é inevitável... então, como posso te explicar, não acho que seja hipócrita o fato de sentir tesão por outro homem que te atrai fisicamente. Isso acontece com qualquer homem, 'hétero' ou gay."

E qual o homem que te atrai?

COLABORADOR E : Urso, evidentemente, urso. Recheio, barba, pelos... viril... 100% viril, não pode jogar uma pluma porque 'fodeu!'. Assim, uma coisa é jogar lá para se divertir, outra coisa é ser afetado. O que eu não gosto é de pessoas afetadas.... Não gosto como um estilo de vida, mas como uma brincadeira, uma coisa oportuna, inteligente, divertida é de boa.

Durante a pesquisa, levantamos a interpretação que os ursos, antes de serem parte da subcultura ursina, são homens homossexuais (e/ou bissexuais) que, por esse motivo, sofrem os mesmos processos de subjetivação e formação de identidade homossexual. Mas, devido aos seus corpos serem patologizados pela

²⁰ Apesar de ter, na taxonomia ursina, as categorias "Úrsula" (que seriam para as mulheres gordas e masculinas que frequentam os espaços dos ursos) e as "Cachinhos dourados" (para se referir às amigas dos ursos). Entretanto essas não foram percebidas nas entrevistas e em campo.

sociedade gordofóbica e se sentirem invisibilizados nos espaços de socialização homoeróticos, haveria um segundo processo de injúria e formação identitária desse homem, a identidade de urso (seja ele gordo e/ou maduro).

Depois de levantar os possíveis significados e sentidos da figura do urso selvagem pela “comunidade ursina”, entendemos que há uma relação entre virilidade e esse urso (por meio da história de honra e bravura do ex-presidente norte-americano), a antropomorfização da figura do urso em referência não apenas aos pelos e ao volume corporal, mas também à força. Entendemos também o papel dos pelos e da barba enquanto contra-discurso à uma efeminação e assexualidade dos corpos e volumes arredondados dos ursos. Levantamos também a relação entre a subcultura ursina com a *leather*, identificamos que a virilidade é um fator importante e norteador no diálogo entre esses elementos. Ainda assim há de se pensar sobre essa virilidade desse urso.

Na fala do entrevistado há uma naturalização do apetite sexual do homem “Somos homens, cara!” e a compreensão da masculinidade associada à abertura e liberdade sexual. Além do desejo sexual explícito, evitar “as plumas” seria negar qualquer tipo de feminilidade fora de contextos lúdicos. Mas será então que os ursos imitam ou emulam uma heterossexualidade? Em outras palavras, os ursos viris querem “ser heterossexuais”? Ou ainda, querem ocultar ou disfarçar sua homossexualidade? Judith Butler, em “Problemas de Gênero” vai criticar a naturalização da distinção sexo/gênero, os discursos e normas reguladoras das sexualidades dos indivíduos:

“Os gêneros distintos são parte do que “humaniza” os indivíduos na cultura contemporânea; de fato, habitualmente punimos os que não desempenham corretamente o seu gênero. Os vários atos de gênero criam a ideia de gênero e sem esses atos não haveria gênero algum, pois não há nenhuma “essência” que ele expresse ou exteriorize, nem tampouco um ideal objetivo ao qual aspire, bem como não é um dado da realidade.” (Butler, 2016. p. 241)

Ela vai usar o caso da travesti como exemplo de como o gênero é uma construção performática recheada de discursos sobre os corpos, mesmo que fazendo uma paródia do que seria o feminino ou ser mulher. Da mesma forma, o

“ser homem” precisa de estilizadas ações sociais, coletivas, de modo repetitivo a fim de institucionalizar e legitimar sua posição e escapar de punições ou restrições por não estar adequado ao seu gênero. Seriam, portanto, os ursos uma espécie de “*Drag King*”? Ou seja, a imagem do urso seria como um personagem que exploraria os estereótipos da masculinidade e virilidade?

De todo modo, a masculinidade ursina, assim como a ideia de *Butch* e *Femme* das lésbicas (Butler, 2016), coloca em evidência a própria noção de uma identidade natural ou original hegemônica do que é “ser homem” ou “ser mulher” defendida indiretamente pelos autores norte-americanos Les Wright, Suresha e Peter Hennen como uma característica dos ursos:

A presença estruturadora de construtos heterossexuais no interior das sexualidades gay e lésbica não significa que esses construtos determinem essas sexualidades nem que elas sejam deriváveis desses construtos ou a eles redutíveis... A presença dessas normas não só constitui um lugar de poder que não pode ser recusado, mas pode constituir, e de fato constitui, um lugar de competição e manifestação parodísticas, o qual rouba à heterossexualidade compulsória sua afirmação de naturalidade e originalidade”. (Butler, 2016).

E se formos pensar que a masculinidade, assim como a virilidade, são atos, gestos, movimentos, estilos corporais e atuações performativas, haveria um jogo entre momentos de performances masculinas e femininas dependendo da situação social em que o sujeito se encontra. Em espaços de descontração, há uma permissividade de brincar com gestos e posturas não viris e pronomes femininos “como uma brincadeira, uma coisa oportuna, inteligente...”. Em outros momentos sociais, principalmente nos momentos de flerte, percebe-se a troca de olhares e os corpos se comportam de forma viril para conquistar o parceiro de interesse.

Contribuindo com o debate, os autores espanhóis Javier Saez e Sejo Carrascosa, no livro “Pelo cu: políticas anais”, afirmam que o pensamento que estrutura a honra e a virilidade é o da impenetrabilidade. Assim como o discurso da guerra “invadir” ou “penetrar” o território do inimigo, é algo a ser evitado com risco de perder a sua honra e hombridade. E o homem que é penetrável é equiparado ao estatuto “inferior” de mulher, é aquele que renuncia a sua virilidade, rebaixa-se ao

feminino. Em um momento do livro há um trecho sobre os ursos, os *leathermens* e os praticantes de BDSM que questionariam essa lógica. Para os autores:

“A novidade dessas comunidades é que, por um lado, se apropria das características da masculinidade e, por outro, integram em sua cultura o sexo anal de forma visível e orgulhosa, o qual supõe um paradoxo para o estereótipo homofóbico: um homem viril que gosta de ser penetrado? Isto é em princípio uma contradição. Penetração passiva equivalham feminino. Virilidade que vale um pouco impenetrável.”

Ainda que contraditório os próprios autores lembram que essas culturas se apropriam do prazer anal, mas não da feminilidade. Os gays afeminados permanecem como mal vistos dentro dessas comunidades.

Concluindo, ainda que por estarem mais próximos do que seria considerado masculino e da heterossexualidade compulsória, os ursos causam efeito de subversão em diferentes espaços uma vez que enquanto gays, seriam uma forma de resistência ao modelo condecorado de juventude e corpos magros, indicando formas distintas e não midiáticas de se relacionar. Em um segundo momento, ainda que evocam elementos que estão associados à masculinidade e virilidade, os ursos deslocam seu sentido justamente por se relacionarem afetivamente e/ou sexualmente com outros homens.

4.7 Os lumberssexuais: a ursificação dos homens heterossexuais

Os lumberssexuais (*lumber*, lenha em inglês), assim como os metrossexuais²¹, não são uma identidade de um grupo ou outra subcultura, mas trata-se de uma tendência de moda norte-americana no começo dos anos 2010, que teve seu reflexo no Brasil em meados de 2014²². Inspirado na figura do lenhador ou do homem rural norte-americano, os homens deixaram suas barbas crescerem e voltaram a usar camisa xadrez e botas de couro, buscando uma estética rústica asséptica (barba bem cuidada, roupas limpas e homem cordial). Tratando-se de uma moda efêmera urbana, esses “lenhadores urbanos” se inspiram no “*back to nature*” (voltar ao

²¹ O metrossexual era usado para se referir aos homens heterossexuais que gastavam parte do seu orçamento com cremes, roupas de marca, cabeleireiro, sobrancelha, unhas, alimentação e outros cuidados com o corpo como o jogador de futebol David Beckham. Inclusive os Lumberssexuais fazem oposição aos metrossexuais, mesmo com a semelhança do cuidado com o corpo.

²² Baseado nas datas das publicações sobre a moda na internet.

natural/natureza), mas abandonam a caça e a sobrevivência na floresta em busca do conforto das cidades. Por meio do consumo da imagem do homem rustico, há uma busca simbólica de resgatar os valores viris desse homem rural sem deixar as práticas de higiene, do cuidado com o corpo, da sensibilidade e o mais importante, de dividir as tarefas domésticas (uma vez que não há a necessidade da caça ou de defender o território).

O ponto da virada é que os lumberssexuais buscaram inspiração no mesmo discurso imagético “*Back-to-nature*” que os ursos reivindicaram nos anos 1970 e 1980.

“A imagem do lenhador existe há muito tempo no pornô gay – disse em entrevista à Agência France Presse Sylvain Silvermann, que dirige a seção de cultura da revista homossexual francesa *Têtu*. – A cultura heterossexual digeriu completamente a cultura gay, reapropriando-se de seus códigos de vestir. [...] O “lumbersexual” se inspira agora no “*bear*” – o gay urso, barbudo e forte – para reafirmar a virilidade e deixar bem claro que prefere acampar do que visitar as lojas de Tom Ford ou Dolce&Gabbana.” (SCHOLZE, 2014).

Nesse sentido, vemos um movimento de bumerangue da masculinidade: de uma estética dita como “natural” de uma época, para uma identidade de um grupo homossexual, voltando décadas seguintes como produtos de consumo de moda homens heterossexuais e também homossexuais fora dos espaços de socialização dos ursos. É quando as barbearias voltam a fazer parte do cenário das cidades e de bairros de São Paulo.

Inferimos que há um retorno das barbearias na cena urbana paulista, onde você toma uma cerveja enquanto o barbeiro corta o seu cabelo (no estilo militar), ao som de rock. Esse movimento de resgate do ato de fazer a barba e cortar o cabelo em uma barbearia, ao invés de um cabeleireiro comum, seria uma resposta subjetiva dos homens para a perda de espaços considerados masculinos. Atualmente, as mulheres estão entrando progressivamente em todas as vagas e áreas no mercado de trabalho, tem poder de compra e decisão familiar, frequentam um bar sem medo de serem julgadas, têm carteira de motorista (que também era considerado um “gosto” masculino pelas máquinas) e vai ao campo de futebol.

Do outro lado, os homens estão sendo cobrados para serem mais participativos na educação dos filhos e nos cuidados de casa, inclusive estão se permitindo expressar suas emoções. Os homens, nesse sentido, estariam com a sensação de perder as suas referências de “coisas de homem”, ensinadas desde criança. Como a barba e os pelos são considerados características físicas que distinguem os homens das mulheres, talvez por isso as barbearias *retrôs*²³ estão abrindo seus negócios no país e fazendo tanto sucesso.

²³ *Retrô* ou *Vintage*, são termos usados para se referir ao resgate de estilos e objetos de design, centralizado resumidamente ou tipicamente de uma década. Muitas barbearias se inspiram no design e estilo *rockabilly* dos anos 1950 como a rede de Barbearia “9 de julho” e “Nápoles” em São Paulo.

5. CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Enquanto a mulher provaria sua feminilidade após a menarca, os homens, por sua vez, precisam provar sua masculinidade (e sua heterossexualidade) durante toda a vida. Badinter diz que o homem, em sua formação da masculinidade tradicional, tem que passar por três provas: a "dissociação da mãe (eu não sou seu bebê), da distinção radical em relação ao sexo feminino (eu não sou uma menina) e o menino deve (se) provar que não é homossexual, portanto, não deseja outros homens e nem quer ser por eles desejado." (BADINTER,1993). E o que acontece com esses homens homossexuais? E o que acontece com esses homens gordos homossexuais?

Como demonstrado, entendemos que esses homens são antes "gays do que ursos", ou seja, a identidade e orientação homoerótica precede a experiência desse sujeito nos espaços de socialização de ursos. O resultado dessa experiência é a formação dessa identidade, enquanto homossexual, que é semelhante aos outros homossexuais. Esse sujeito se "sujeita" em referência às mesmas normas sociais e sexuais coletivas, inclusive das subculturas gays, moldado seu comportamento em referência a elas. E, concordando com os autores usados na pesquisa, vemos o papel da injúria como fundamental para a formação dessa identidade e subjetividade do sujeito homossexual. Os ursos, enquanto "corpos marginais", sofreriam outros tipos de injúrias que os isolariam igualmente da cena gay urbana, criando novos espaços de socialização, outros valores, formando uma nova subcultura homoerótica.

Pensando ainda com Badinter, a masculinidade dos ursos tem ligação com essa eterna prova da masculinidade. A homossexualidade (ou a bissexualidade) seria de alguma maneira compensada pela negação das duas anteriores por meio da admiração da virilidade enquanto imagem e valor simbólico/erótico. O que não quer dizer que haveria uma resistência ou negociação entre essas "provas". Os ursos, exatamente por serem homossexuais, brincam de forma mais plástica com as performances ditas masculinas e femininas dependendo da situação (de flerte ou encontro entre amigos). Nesse sentido, a virilidade gay poderia ser uma prova da

dominação masculina sobre as subculturas homossexuais?

Visto de forma inferiorizada, muitos homens homossexuais criaram estéticas e formas de se desviar da injúria e dos males sociais por meio da hipervirilização de seus corpos (lobos, machos, *barbies* e *leathers*). Nesse sentido, a virilidade dos ursos estabeleceria um diálogo com essa dominação masculina, negando qualquer tipo de associação com os estereótipos criados sobre os gays, tentando amenizar prováveis situações de injúria e assim instituindo um paradigma na própria dominação masculina.

Como dito anteriormente, os ursos mesmo quando evocam uma heterossexualidade compulsória, por meio da estética dos corpos e do elogio à virilidade, eles causam efeito de subversão, deslocando o sentido da heterossexualidade ao se relacionarem afetivamente e/ou sexualmente com outros homens, uma vez que um homem que tem orgulho de ser penetrado é algo inconcebível para a heterossexualidade masculina, ou heterossexualidade compulsória (BUTLER, 2006). Em um segundo momento, há o diálogo e resistência com as outras subculturas dando visibilidade para outras formas de relacionamentos que não envolvem corpos magros, jovens e musculosos.

Sobre seus corpos, a virilidade também constitui um diálogo com as imagens e discursos médicos e de moda desse corpo gordo e/ou velho. Os ursos vieram com um discurso naturalizante, se colocando no meio do caminho entre os hipervirís e os afeminados, considerados mais próximos da estética masculina heteronormativa. Os pelos corporais e faciais, somados à uma estética rústica ou mais básica, contrapunham a imagem do homem gordo assexuado e feminizado, trazendo discursos de virilidade e sexualidade ativa para seus corpos (jovens e maduros).

Baseado nas pesquisas, entrevistas e experiências nas festas ursinas, concluímos que os ursos, apesar da estética e moda consideradas heteronormativas, a virilidade do urso é performática (BUTLER, 2006). Em outras palavras, os ursos não querem “ser heterossexuais”. Há um jogo entre os corpos que, dependendo da situação, podem emular gestos considerados efeminados

(como em situações lúdicas e entre amigos) e, em outros momentos, gestos e poses viris (como o de flerte).

Por último, concluímos que há, ainda sobre a questão da virilidade e efeminação, uma questão geracional. Os jovens ursos, entre 18 e 35 anos, teriam uma relação mais flexível e tranquila com relação à efeminação ou serem afeminados que os ursos acima de 35 anos. De qualquer forma, apostamos que os ursos, enquanto grupo, têm muito a contribuir com os debates sobre as questões LGBT. E o tema deve continuar sendo objeto de estudos, de novas pesquisas com outros enfoques, autores e abordagens sobre os ursos.

*

Quando pensei na comunidade ursina como proposta de pesquisa, muitos me perguntaram o que teria de “história” nesse tema. Não se trata de um assunto que contribuiria com os grandes temas e os debates historiográficos na academia. Não é sobre a Grécia antiga, mas tem a ver. Não falo sobre dinastias de reis ou impérios, mas houve reis e imperadores que fizeram as mesmas coisas que fazemos hoje em dia nos cômodos mais íntimos da casa, onde só os poucos ouvidos ousam ouvir e as poucas bocas não se calam para falar de nós. Ainda que essa pesquisa possa ser censurada no futuro, temendo o conservadorismo político atual, apostei no tema contando que iria descobrir muita coisa interessante.

A primeira barreira e descoberta foi certamente com os autores que nunca tinha lido ou ouvido falar durante minha formação enquanto historiador. Ultrapassar as diferentes linhas teórico-metodológicas ao ler autores da psicologia, antropologia e sociologia ampliaram meu repertório e compreensão do tema sobre os corpos e sexualidades, recente no campo da História. Pensar que “nem sempre foi assim” é o grande norte da pesquisa e que carregarei comigo.

Durante os três anos, contando com o ano de levantamento e escrita do projeto de pesquisa, foi inevitável fazer uma autorreflexão sobre minha própria virilidade enquanto homem homossexual, cisgênero, branco, de classe média, bisneto de

imigrante e neto de migrantes nordestinos, como tantos outros paulistas. Fiz três experiências em uma das minhas redes sociais, o Instagram. Chamei-as de “Estudo histórico e sinestésico sobre virilidade”.

A primeira experiência foi pesquisar barbas e roupas masculinas antigas. Encontrei uma ilustração que parecia de circo, de um homem levantando um peso de ginástica com apenas uma mão. Reproduzi a mesma imagem com um ferro de passar roupas, fazendo uma alusão ao trabalho pesado doméstico. Essa relação de trabalho doméstico e virilidade, antes reservadas ao espaço privado e ao “mundo feminino”. É na segunda metade do século XX que os homens começam a receber imagens de masculinidade doméstica por meio das revistas. A geração Playboy e seus descendentes tomam para si a cozinha, mas não aquela escondida nos fundos da casa, mas a cozinha da varanda gourmet, o ato público de cozinhar como algo associado a virilidade (SANT’ANNA, 2014). A reação foi interessante, uma vez que não sou musculoso e me fizeram reparar na diferença entre os corpos considerados musculosos “de antigamente” e os fortes musculosos, hoje halterofilistas, do fácil acesso às academias e aos suplementos alimentares.

A segunda experiência foi durante a parada de orgulho LGBT, em junho de 2017, a chamei de “Experiência Nº 2 – QUEER”, uma vez que não tirei minha barba para “me montar” (forma como as *drags* e travestis usam para se referir ao ato de se maquiar, aplicar a peruca e roupas “de mulher”). Usei minhas próprias roupas “de homem” (short preto, chapéu antigo de aba longa típico dos anos 1980, jaqueta e bota de couro preta), brincando com outras referências “de mulher” como a meia calça, as unhas pintadas, um top de academia e maquiagem forte na área dos olhos. A ideia foi justamente, como os Queers, brincar com as referências de masculinidade e feminilidade, propondo o fim dessas divisões. Eu não queria “me passar por uma mulher” ou disfarçar meu gênero, mas sim buscar a androgenia. Alguns me chamaram de Boy George, o vocalista de uma banda dos anos 1980 chamada *Culture Club* que é a própria representação do Queer que eu buscava. A ação foi segura uma vez que era um dia de festa e muitas pessoas também estavam “montadas”. Desse modo, correndo pouco risco de sofrer algum tipo de violência física ou risco de morte de forma violenta como acontece a cada 19 horas com um

LGBT no Brasil, de acordo com os dados do último relatório de “Mortes violentas de LGBT no Brasil em 2017” do Grupo Gay da Bahia, o GGB²⁴. É importante dizer que não emulei minha voz para parecer ser mais aguda, nem modifiquei meus gestos performando uma feminilidade. E mesmo de barba e roupas consideradas “masculinas”, não foi o suficiente para as pessoas que passavam por mim me tratassem pronomes femininos, o que achei muito interessante enquanto experiência e sobre os limites da masculinidade.

A terceira e última experiência foi sobre a hipervirilidade. Vesti roupas de couro (calça, botas, jaqueta, chapéu e acessórios como o harness, munhequeira, óculos do tipo “aviador”, lenço e charuto), usando como referência o estudo fotográfico de Hal Fischer “*Gay Semiotics*”, sobre os códigos visuais entre homens homossexuais, feito em 1977 nos EUA. Escolhi dois tipos ou duas subculturas homossexuais: O estilo que estava em voga São Francisco na década de 1970, o clone de Castro e a subcultura *Leather*. Ambos têm como característica a hipermasculinidade, no qual, a memória ou a representação do estilo do urso americano dialoga, como vimos durante a pesquisa. A hipervirilidade ainda é associada à hipersexualidade e ao fetiche, pois recebi alguns elogios com interesses sexuais após a publicação das imagens no meu perfil. Diferente da experiência anterior, não recebi nenhum tipo de reprovação com relação a essa última.

Em resumo, o que levo enquanto conhecimento dessa experiência foi “tirar do papel” a pesquisa para sentir na pele os limites da masculinidade e virilidade que foram importantes para o caminhar da análise sobre a virilidade dos ursos. Obviamente essas experiências possuem vários limites como o da metodologia, o fato de ser uma experiência pessoal, contando também com o espaço onde foram feitas essas experiências (apenas uma foi no espaço público, ainda sim em uma ocasião especial, enquanto as outras foram virtuais) e o sujeito pesquisador que o realizou.

24 Das 445 vítimas de homotransfobia documentados em 2017, 194 eram gays (43,6%), 191 trans (42,9%), 43 lésbicas (9,7%), 5 bissexuais (1,1%) e 12 heterossexuais (2,7%). De acordo com o último relatório de 2017, disponível em : <https://homofobiamata.files.wordpress.com/2017/12/relatorio-2081.pdf>. Acesso em 10 nov. 2018.

Trabalhar com a história oral também foi um desafio interessante. Trabalho solitário do pesquisador, as entrevistas foram como fantasmas vivos ecoando na minha casa e conversando comigo. Ao escolher o método “bola de neve” para trabalhar as entrevistas, corri o risco de conversar com pessoas que poderiam fazer parte do mesmo grupo de amigos e exaltar experiências parecidas, excluindo outras despercebidas ou não narradas. Foram tentativas, acertos e erros que foram percebidos durante as entrevistas e também no momento das transcrições. Por vezes, a ansiedade me fizeram perder alguns trechos que seriam muito interessantes para o nosso trabalho. E, com o andar das conversas, longe de ter o domínio, fui entendendo um pouco mais sobre o meu papel enquanto pesquisador e como deveria encaminhar as entrevistas.

Infelizmente, com a abertura dos temas da pesquisa, outros assuntos foram surgindo, mas que infelizmente não foram contemplados por falta de tempo. Uma delas seria localizar os organizadores dessa que seria a primeira festa, mencionada durante as entrevistas, que aconteceu na boite Blue Space. Ou buscar mais informações sobre as outras experiências citadas como a Beardelicious, Santa Bear, Bear Planet, Bear Cantho, Bigger, BearHugsXL, Bearbies, Subwoof, Pool Party e diversas outras festas e espaços de socialização da “comunidade ursina” que aconteceram em São Paulo, mas que não foram exploradas nas entrevistas. Seria interessante pesquisar sobre os donos de lojas especializadas para membros da comunidade ursina e aprofundar na questão do consumo desses produtos. Ou então, sobre arte *bear*, pois há trabalhos de artistas plásticos, ilustradores e escritores que abordam a temática *bear* e os corpos das taxonomias como objeto de estudo. Outro tema levantado durante as exposições do tema em seminários, palestras, semanas de história e apresentações para os colegas das disciplinas da pós-graduação, foi sobre o erotismo dos ursos, sua relação com a família e com o conceito família; a importância dos amigos, dos parceiros ou ex-parceiros e como se dariam essas relações. Destacando também outro tema interessante de como seria envelhecer homossexual e o papel da comunidade ursina nesse processo.

Para concluir as conversas, perguntávamos para os entrevistados sobre o futuro da comunidade ursina. Alguns disseram que a comunidade permanecerá viva

pois os jovens envelhecerão e terão sempre um lugar para ir quando quiserem. Já outros, percebendo o movimento das mídias sociais e da ausência de jovens nas festas, apostam no fim da comunidade ursina, uma vez que não haveria mais sentido para esses jovens gays e bissexuais viverem em guetos ou terem um espaço de socialização específico. Eu imagino que nem um e nem outro, mas outra coisa. A comunidade dos ursos, influenciada por essa nova geração, mudará e questionará os valores das antigas gerações, com outras propostas de corpos e sexualidades ainda dentro da comunidade ursina, mesmo que negando a mesma. Como historiador, me limito a análise. Deixo para os pesquisadores do futuro dialogarem sobre o nosso passado e presente.

BIBLIOGRAFIA

ACHILLI, E. **Investigar en antropologia social**: los desafios de transmitir un oficio. Rosário: Laborde Livros Editor, 2005.

ALBERONI, F. **O Erotismo**: fantasias e realidades do amor e da sedução. Tradução de Élia Edel. São Paulo: Ed. Círculo do Livro S.A., 1988.

ALBUQUERQUE JUNIOR, D.M. **Nordestino**: invenção do "falo" - uma história do gênero masculino (1920-1940). 2. ed. São Paulo: Intermeios, 2013.

ALVES, I. Corpos em Evidência: dizem que bear só namora bear, e que malhado só se dá bem com malhado. Mas na vida real não é bem assim. **Revista Junior**, v. 43, p. 36-37, 2012.

_____. Shake that hairy ass: cena de festas para ursos cresce no Brasil e ganha profissionalização. Conversamos com os responsáveis por esse movimento, os produtores. **Revista H**, v. maio/junho, p. 34-37, 2012.

BADINTER, E. **XY**: sobre a identidade masculina. Tradução de Maria Ignez Duque Estrada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

BAERE, F. et al. Xingamentos entre homossexuais: transgressão da heteronormatividade ou replicação dos valores de gênero? **Revista Bioética**. v. 23, p. 263-33. 2005. Disponível em: <http://dx.foi.org/10.1590/1983-80422015233099>.

BARRETT, R. The class managerie: working-class appropriations and bear identity. In: **From Drag Queens to Leathermen**: languages, gender, and gay male subcultures. Oxford Studies in Language and Gender, New York: Oxford University Press, 2017.

BARTHOLDY, A.K. **Corpos e masculinidades ursinas nos quadrinhos gays (Ber The Bear)**. 2011. Monografia de Conclusão do Curso (Especialização em Educação,

Sexualidade e Relações) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRS), 2011.

BEDERMAN, G. Manliness & Civilization: a cultural history of gender and race in the United States 1880-1917. In: HENNEN, Peter. **Faeries, Bears and Leatherman: Men in Community Queering the Masculine**. Chicago: The University of Chicago Press, 2008.

BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2012.

BERMUDEZ, M.M. Connel y el concepto de masculinidades hegemónicas: notas críticas desde la obra de Pierre Bourdieu. **Rev. Estud. Fem.**, v. 21, p. 283-300, 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-26X2013000100015&lng=en&nrm=iso

BORRILLO, D. **Homofobia: História e crítica de um preconceito**. Tradução de Guilherme João Freitas Teixeira. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. Tradução de Maria Helena Kühner. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BRANDÃO, M. Os Ursos deixam a caverna. **G Magazine**, v. 17, p. 52-55, 1999.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE); Diretoria de Pesquisas; Coordenação de População e Indicadores Sociais. **Pesquisa das Características Étnico-raciais da População 2008**. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv63405.pdf>

BRAZ, C.A. Vestido de antropólogo: nudez e corpo em clubes de sexo para homens. **Revista Bagoas**, v. 3, p. 75-95, 2009.

_____. **A meia luz... uma etnografia imprópria em clubes de sexo masculino.** Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Doutorado em Ciências Sociais. Campinas, 2010.

BRITES, O. Crianças de revistas (1930/1950). **Educação e Pesquisa**, v. 26(1), p. 161-176, 2000.

BUTLER, J. **Relatar a si mesmo:** crítica da violência ética. Tradução de Rogério Bettoni. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

_____. **Problemas de gênero:** feminismo e subversão da identidade. Tradução de Renato Aguiar. 8. ed. São Paulo: Civilização Brasileira, 2015.

_____. **Corpos que pesam:** sobre os limites discursos do sexo. In: LOURO G.L. (Org.). **O corpo educado:** pedagogia da sexualidade. Belo Horizonte. Autêntica, 2007.

BUTTURI JUNIOR, A. Corpo, masculinidade e efeminização: uma análise da produção dos sujeitos homossexuais on-line. **Letras**, v. 48, p. 303-322, jun. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/14440>>. Acesso em: 09 out. 2018.

CANDAU, J. **Memória e identidade.** Tradução de Maria Leticia Ferreira. São Paulo: Contexto, 2014.

CARDOSO, C.M.C.; COSTA, A.L.R. O peso de viver em um corpo obeso. **Rev. Min Enferm.**, v. 17, p. 806-814, 2013.

CARRARA, S. Só os viris e discretos serão amados? **Folha de São Paulo**, São Paulo, publicado em 19 de junho de 2005.

CERQUEIRA, P.R. **Corpos e subjetividades:** análise dos processos de embodiment dos ursos no Espírito Santo. Disponível através do site: <http://repositorio.ufes.br/bitstream/10/1711/1/Corpos%20e%20subjetividades%20ana>

lise%20dos%20processos%20de%20embodiment%20dos%20ursos%20no%20Espirito%20Santo.PDF

CERQUEIRA, P.R.; SOUZA, E.M.L. Sexualidades e os corpos: análise das subjetivações ursinas. **Psicol. Soc.**, v. 27 (2), p. 267-279, 2015.

CLARK, J.R. One Black Bear Speaks. in: WRIGHT, L. **The Bear Book II** – Further Readings in the History and Evolution of a Gay Male Subculture. Nova Iorque: Harrington Park Press Inc., 2001.

CONNELL, R.; MESSERSCHMIDT, J. Masculinidade Hegemônica: repensando o conceito. **Revista Estudos Feministas CFH/CCE/UFSC**, v. 21(1), p. 241-242, 2013.

COURBIN, A. et al. **História do corpo**: da revolução à grande guerra. Tradução de João Batista Kreuch. 4. ed. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2012.

_____. **História do corpo**: as mutações do olhar no século XX. Tradução e Revisão de Ephraim Ferreira Alves. 4. ed. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2011.

COURTINE, J.J. Impossible Virilité. in: COURTINE, J.J. **Histoire de la virilité 3**: La virilité en crise? Le XX-XXI siècle. Paris: Éditions Points, 2011.

CRUZ, H.F.; PEIXOTO, M.R.C. Na oficina do historiador: conversas sobre história e imprensa. in: _____. **Projeto História**, São Paulo, v. 35, p. 253-270, 2007.

DA SILVA, F.V.; LEITE, F.F. **A invenção do lumbersexual**: memórias de uma virilidade perdida? Acta Scientiarum. Language and Culture, vol. 38(2), 2016.

DINIZ, A. Os corpos dos ursos: uma etnografia das corporalidades masculinidades e sexualidades em uma cultura gay urbana de São Paulo. In: **Seminário Internacional Fazendo Gênero 10 (Anais Eletrônicos)**, Florianópolis, 2013. Disponível em: http://www.fazendogenero.ufsc.br/10/resources/anais/20/1384951869_ARQUIVO_AntonyHenriqueTomazDiniz.pdf

_____. **Os corpos dos ursos:** corporalidades, inteseccionalidades e erotismos entre ursos em São Paulo. Dissertação de Mestrado, Universidade de Campinas, 2017.

DOMINGOS, J.J. **O discurso dos ursos:** outros modos de ser da homoafetividade. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2010. Disponível em: <http://marcadefantasia.com/livros/veredas/discursodosursos/discursodosursos.htm>

EDMONDS, S.E.; ZIEFF, S.G. Bearing bodies: physical activity, obesity stigma, and sexuality in the bear community. In: **Sociology of Sport Journal**, v. 32, p. 415-435, 2015.

EKNOYAN, G. A history of obesity, or how what was good became ugly and then bad. **ACKD**, v. 13(4), 2006.

ENGEL, M. História e Sexualidade. in: CARDOSO, C.F.; VAIANFAS, R. **Domínios da história**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

ERIBON, D. **Reflexões sobre a questão gay**. Tradução de Procópio Abreu. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.

FACCHINI, R. "**Sopa de Letrinhas**" - Movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 90: um estudo a partir da cidade de São Paulo. Dissertação de Mestrado, Universidade de Campinas, 2002.

FALCÃO, F. Woof: cena de festas dedicadas a ursos é a que mais cresce na cidade de São Paulo. A gente aqui quais são as mais animadas. **H. Magazine**, v. 1, p. 83, 2012.

FELIPPE, F.M. **O peso social da obesidade**. 2001. Tese (Doutorado em Serviço Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2001.

FOUCAULT, M. **A ordem do Discurso**. Tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio. 24. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014

_____. **História da Sexualidade I: a vontade de saber**. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

_____. **História da Sexualidade II: o uso dos prazeres**. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

FRANÇA, I.L. **Gordos, peludos e masculinos: homossexualidade, gênero e produção de categorias em São Paulo**. XIV Congresso Brasileiro de Sociologia. 28 a 31 de julho de 2009, Rio de Janeiro (RJ) - GT20 - Sexualidades, Corporalidades e Transgressões.

_____. **Consumindo lugares, consumindo nos lugares: homossexualidade, consumo e subjetividades na cidade de São Paulo**. Campinas, SP, UNICAMP, 2010.

_____. **Cercas e Pontes: o movimento GLBT e o mercado GLS na cidade de São Paulo**. Programa de Doutorado em Antropologia Social. Universidade de São Paulo, 2006.

FRY, P. **Para Inglês ver: identidade e política na cultura brasileira**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

_____. **O que é homossexualidade?** São Paulo: Brasiliense, 1983.

GABEIRA, F. Machismo. In: PAMPLONA, R. et al. **Macho, Masculino, Homem**. São Paulo: L&PM Editores, 1986.

GONÇALVES, Í.V. Notas etnográficas do ser urso: fluxos e devires na “noção de pessoa” estruturante dos discursos da comunidade bear. In: **PENSATA - Revista dos Alunos do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UNIFESP**.

v. 4 (2), 2015. Disponível em: http://www2.unifesp.br/revistas/pensata/wp-content/uploads/2011/03/%C3%BAltima-vers%C3%A3o_16outubro.pdf

GONZALEZ JÚNIOR, J.L.G. **An integrative approach to understand constitutive forces in the emerging Bear culture of São Paulo: the field of masculinity and gender capital.** Budapeste, 2012. Disponível em: www.etd.ceu.hu/2012/gomez-gonzalez-junior_jose-luis.pdf

GOUGH, B.; FLANDERS, G. Celebrating “Obese” Bodies: Gay “Bears” Talk about Weight, Body Image and Health. In: **International Journal of Men’s Health**, v. 8 (3), p. 235-253, 2009. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.3149/jmh.0803.235>

GREEN, J. **Além do carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX.** Tradução de Cristina Fino e Cássio Arantes Leite. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

GREEN, J.; POLITO, R. **Frescos trópicos: fontes sobre a homossexualidade masculina no Brasil (1870-1980).** Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

GREEN, J.; TRINDADE, R. **Homossexualismo em São Paulo e outros escritos.** São Paulo: Ed. UNESP, 2005.

GREEN, J.; QUINALHA, R. **Ditadura e homossexualidades: repressão, resistência e a busca da verdade.** São Carlos: EdUFSCar, 2014.

GUIMARÃES, A.S.A. **Racismo e Antirracismo no Brasil.** São Paulo: Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo, ed. 34, 1999.

HAKIM, C. **Erotic Capital.** *European Sociological Review*, v. 26, p. 499-518, 2010.

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

_____. **Cultura e Representação.** Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

HALL, S.; WOODWARD, K. Quem precisa de identidade? in: SILVA, T.T. da. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**, 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

HART, J. e RICHARDSON, D. **Teoria e prática da homossexualidade**. Tradução de Vera ribeiro. Rio de Janeiro: ed. Zahar Editores, 1983.

HENNE, P. **Bear bodies, bear, masculinity: recuperation, resistance or retreat?** Disponível em: www.allacademic.com, acessado em 4 de abril, 2009.

_____. **Faeries, bears and beathermen: men in community queering the masculine**. Chicago: The University of Chicago Press. 2008.

KALE, R.A. Bear-y gay. **Los Angeles Times**, Los Angeles, 4 mar. 2007. Disponível em <http://www.latimes.com/news/la-op-kaye4feb04-story.html>.

KAMPF, R. **The bear handbook: a comprehensive guide for those who love**. Nova Iorque: Harrington Park Press, 2000.

LAJOUX, J. L'homme et l'ours, in: **Revue d'études comparatives**. v. 29 (1), p. 217-219, 1998. Disponível em: http://www.persee.fr/doc/receo_0338-0599_1998_num_29_1_2902

LASCH, C. **A Cultura do Narcisismo**. Rio de Janeiro: Ed. Imago, 1983

LOPES, R. **Ber the Bear**. João Pessoa: Marca da Fantasia, 2010.

LOURO, G.L. **O Corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. 3. ed.; 1. Reimp. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

LOYOLA, M.A. **A sexualidade nas ciências humanas**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998.

MACRAE, E. Em defesa do gueto. In: **Homossexualismo em São Paulo e outros escritos**. São Paulo: Ed. UNESP, 2005.

_____. A homossexualidade, in: **Macho, Masculino, Homem**. São Paulo, L&PM Editores, 1986.

MARMOLEJO, J.G. **Masculinidad, cuerpo e identidad entre varones gay del Club Osos Mexicanos. Ciudad de Méxic**. Tese de Graduação. Escola Nacional de Antropologia e História, 2004.

MAZZEI, G. Who's who in the zoo? A glossary of gay animals. **The Advocate**, v. 42, p. 42-43, 1979.

MEIHY, J.C.S.B.; RIBEIRO, S.L.S. **Guia prático de história oral**: para empresas, universidades, comunidades, famílias. São Paulo: Contexto, 2011.

MISKOLCI, R. Negociando visibilidades: segredo e desejo em relações homoeróticas masculinas criadas por mídias digitais. **Revista Bagoas**, v. 11, p. 51-78, 2014.

_____. Machos e Brothers: uma etnografia sobre o armário em relações homoeróticas masculinas criadas online. In: **Estudos feministas**. Florianópolis, 2013.

_____. Discreet and out of the gay scene notes on contemporary sexual visibility, in: **Cadernos Pagu**, v. 44, 2015.

_____. Novas conexões: notas teórico-metodológicas para pesquisas sobre o uso de mídias digitais. **Cronos: Revista Pós-graduação Ciências Sociais da UFRN**, v.12 (2), p.09-22, 2011.

MUNHOZ, R. Ursound Mania: ursos querem mesmo é se divertir. **G Magazine**, v.15, 2006.

NETO, N. Cantinho colorido na cidade cinza. **Revista Junior**, v. 58, p.17, 2014.

OLIVEIRA, G. Woof boy: estagiário da junior visita pela primeira vez uma festa de urso e conta a seguir suas impressões. **Revista Junior**, v. 43, p. 58, 2012.

OLIVEIRA, P.P. de. Discursos sobre a masculinidade. **Revista Estudos Feministas, IFCS/UFRJ**, v. 6 (1), p. 91-112, 1998.

PARKINSON, R.B. **A little gay history**: desire and diversity across the world. Londres: The British Museum Press, 2013.

PERLONGUER, N.O. **O negócio do michê**: prostituição viril em São Paulo. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1987.

_____. Territórios Marginais. In: **Homossexualismo em São Paulo e outros escritos**. São Paulo: Ed. UNESP, 2005.

PRIORE, M. del; AMANTINO, M. **História dos homens no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

_____. **História do corpo no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

PYLE, N.C.; LOEWY, M.I. Double stigma: fat men and their male admirers. In: **The fat studies reader**. Nova York: New York University Press, 2009.

“Ser ou não ser urso: A grande saída do armário” In: **Revista Lado A**. Matéria publicada pela redação do site em 6/07/2015. Disponível em: <http://revistaladoa.com.br/2015/07/abraco-urso/ser-ou-nao-ser-urso-grande-saida-armario>. Visitado em 03/01/2018.

RIBEIRO, I.R. **A TV no armário**: a identidade gay nos programas e telejornais brasileiros. São Paulo: GLS, 2010.

RIPARDO, S. Gordinhos bombam noite gay e fazem até strip-tease. **Folha de São Paulo**, São Paulo, publicado no dia 01/08/2007.

_____. Ursos fecham verão com festa de arromba em SP. **Folha de São Paulo**, São Paulo, publicado no dia 21/03/2007.

_____. "Rei dos ursos", Rogério Munhoz dá dicas de viagem. **Folha de São Paulo**, São Paulo, publicado no dia 26/07/2005.

_____. Se meu pai fosse gay. **Folha de São Paulo**, São Paulo, publicado em 23/01/2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/colunas/destaquesgls/ult10009u366260.shtml>

SAEZ, J. Excesos de la masculinidad: la cultura leather y la cultura de los osos. In **El eje del mal es heterossexual**: figuraciones, movimientos y prácticas feministas queer, p. 137-147. Madrid: traficantes de Sueños, 2005.

SAEZ, J.; CARRASCOSA, S. **Pelo cu**: políticas anais. Tradução de Rafael Leopoldo. Belo Horizonte: Letramento, 2016.

SALIH, S. **Judith Butler e a Teoria Queer**. Tradução e notas de Guacira Lopes Louro. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

SANT'ANNA, D.B. de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

_____. **Gordos, magros e obesos**. Uma história do peso no Brasil. São Paulo: Estação Liberdade, 2016.

SANTOS, C. **O Vilão desviante**: ideologia e heteronormatividade em filmes de animação longa-metragem dos Estúdios Disney. 2015. Dissertação (Mestrado em Estudos Culturais) - Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

SCHOLZE, M. Adeus, metrossexuais: agora é a vez do "lumbersexual". **Revista Donna**, 2014. Disponível em: <http://revistadonna.clicrbs.com.br/lifestyle/adeus-metrossexuais-agora-e-vez-lumbersexual/>. Acesso em: 10/10/18

SEDGWICK, E.K. A epistemologia do armário. **Cad. Pagu**, v. 28, p. 19-54, 2007. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332007000100003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 30/06/2018.

SILVA, M.C. de P. **Do corpo objeto ao sujeito histórico**: perspectivas do corpo na história da educação brasileira. Salvador: EDUFBA, 2009.

SIMÕES, J.A. Corpo e sexualidade nas experiências de envelhecimento de homens gays em São Paulo. In: **A terceira idade - Estudos sobre Envelhecimento. Revista Eletrônica – Serviço social do Comércio (SESC)**. 50. ed., v. 22, p. 07-19. São Paulo: Edubase (Faculdade de Educação/UNICAMP), 2011.

SIMÕES, J.A.; FACCHINI, R.F. **Do movimento homossexual ao LGBT**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009.

SIMÕES, J.A. FRANÇA, I.L. Do "gueto" ao mercado. in: GREEN, J.; Ronaldo TRINDADE, R. **Homossexualismo em São Paulo e outros escritos**. São Paulo: Ed. UNESP, 2005.

SOLÉ, G.J.A. - **Masculinities within the gay bear community**: why do gay bears copy heterosexual (hegemonic) masculinity? Universitat de Barcelona, Barcelona, 2009.

STEARNS, P.N. **História da sexualidade**. Tradução de Renato Marques. São Paulo: Contexto, 2010.

_____. **História das relações de gênero**. Tradução de Mirna Pinsky, 2. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

SULLIVAN, A. **I am bear, hear me roar!**: the feminized men of "Queer Eye for the Straight Guy" and "Queer as Folk" do not represent the maturing gay male culture. The truth is much hairier. - Publicada no dia 01/08/2003 - Disponível em: <http://www.salon.com/2003/08/01/bears/>

_____. **Lumbersexuals**: the triumph of the bears. Publicada em 18/11/2014. Disponível em: <http://dish.andrewsullivan.com/2014/11/18/lumbersexuals-the-triumph-of-the-bears/>

SURESHA, R.J. **Bears on bears**: interviews and discussions. California: Alyson Publications, 2002.

TILOCA, A.I. Osos y gays. Etnografiando fiestas ursinas en Córdoba. In: **Libros de Actas Segundo Coloquio Internacional**. Argentina: Universidad Nacional de Rosario, 2013

TOZETTO, C. Fotolog chega ao fim após marcar época. **O Estado de São Paulo**, São Paulo. Publicado no dia 08/02/2016. Disponível em: <http://link.estadao.com.br/noticias/cultura-digital,fotolog-chega-ao-fim-apos-marcar-epoca,10000048166>

TREVISAN, J.S. **Devassos no paraíso**: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade. 4. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

UNSAIN, R.A.F. **A barriga Erótica**: Interseções entre saúde, gêneros, alimentações e sexualidade na comunidade homossexual de "ursos" da cidade de São Paulo, Brasil. Universidade Federal de São Paulo, Campus Baixada Santista, 2015.

VEYNE, P. **Sexo e poder em Roma**. Tradução de Marcos de Castro. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

VIGARELLO, G. **As metamorfoses do gordo**: história da obesidade. São Paulo: Ed. Vozes, 2012.

VILLARDO, R. Festa carioca celebra a cultura dos 'ursos'. **O Globo**, Rio de Janeiro, publicado no dia 08/01/2016.

WEEKS, J. **Sexualidad**. México: Ed. Paidós, 1998.

WHITESEL, J.A. **Fat gay men: girth, mirth, and the politics of stigma**. Nova York e Londres: New York University Press, 2014.

WRIGHT, L. **The bear book: readings in the history and evolution of a gay male subculture**. Nova York: The Haworth Press, 1997.

ANEXO 1 – ROTEIRO PROJETO “URSOS, FILHOTES E CAÇADORES”

As entrevistas se basearam nas estratégias metodológicas de entrevista para a História Oral¹ e da Antropologia². As duas leituras orientaram sobre o método de pesquisa e do uso de entrevistas nas ciências sociais. As perguntas foram feitas livremente com o objetivo de coletar informações sobre relatos pessoais, descrição e opinião sobre a “comunidade” ursina, suas experiências no grupo, identidades e preferências corporais/sexuais. A ideia do presente roteiro é a de não ser algo linear, para justamente deixar a conversa mais informal e ter a oportunidade de retomar pontos, analisar repetições, incoerências, silenciamentos e outros aspectos que a entrevista poderia nos indicar.

- **Apresentação pessoal:** Nome, idade, profissão.
- A pergunta fundamental ao contrário: o que não é ser urso?
- E o que é **ser urso**?
- Qual foi a primeira vez que você teve contato com a comunidade ursina?
- Como você se classificaria dentro da comunidade? E o que acha desses nomes?
- Você saberia dizer onde que essa comunidade se **originou no Brasil**? e em São Paulo?
- Você saberia dizer a origem da comunidade no mundo?
- Você consome produtos voltados à comunidade ursina como revistas, filmes ou roupas? Frequenta quais espaços considerados ursinos?
- Em que momento você sentiu que gostavam de ursos/chasers? Qual é a razão de você gostar de ursos/chasers?
- O que você diria sobre a **Revista Bear Mais Magazine**?
- Sobre você. qual é a parte do teu corpo você gosta mais? E qual a que você acha que atrai mais aos homens/ursos/chasers?
- Diga um nome de um **homem que te inspira** a ser homem. Por que?
- O que te atrai em um homem ou quais os atributos físicos considerados como

¹ MEIHY, José Carlos Sebe B. Guia Prático de história Oral : para empresas, universidades, comunidades, famílias / José Carlos Sebe B. Meihy e Suzana L., Salgado Ribeiro . - São Paulo : Contexto, 2011.

² ACHILLI, Elena. Investigar en antropología social: los desafíos de transmitir un oficio / Elena Achilli. - 1a. ed. - Rosario, Argentina: Laborde Livros Editor, 2005.

ursinos te atrai? Ele estaria encaixado em qual tipo ursino (*Paisão, filhote, lontra, chaser, chub, etc*)? Descreve um urso/chaser ideal fisicamente? Em atitude e em caráter?

- Como tem que ser uma barriga ideal? Mais sexy?
- Como tem que ser um peitoral ideal? Mais sexy?
- Você considera o gosto por ursos uma relação/espécie de **fetiche**?
- Imagine que você está em um lugar público, uma festa, ou bar. Como você saberia que um outro homem é urso?
- Se um homem obeso que se identifica como urso, faz a cirurgia de redução do estômago e perde peso rapidamente, ele ainda é urso?
- Você acredita que os ursos gostam de serem gordos? Por quê?
- Você também se relaciona sexualmente e/ou emocionalmente com outras pessoas que não possuem esses atributos físicos?
- Você se sente atraído por homens com um **corpo** igual ao seu? Por que?
- Na hora da paquera ou do sexo, você gosta de ver e acariciar a barriga do seu parceiro? E os pelos corporais? E a barba?
- Há uma tendência dos ursos se interessarem mais por ursos ou por chasers? O que você pensa sobre isso?
- Se esse grupo fosse uma pessoa, Quantos anos ele teria? Com relação ao peso, etnia/raça, forma do corpo, barba, pelos, barriga, peitorais, pênis, bunda, coxas, braços,etc.
- Sobre o **armário**. Você já saiu do armário? Qual o papel da comunidade? Ela auxiliaria nesse processo de saída ou de permanência ou conveniência/manutenção do armário?
- E na internet? Você sente uma diferença entre a **comunidade física e a virtual**?
- Você acha que os ursos tem ou aparentam ter uma **postura mais viril** ou masculinizada do que outros grupos da comunidade LGBTTT? Por quê?
- Vcs acham que existe uma certa divisão dos **papeis mais masculinos ou mais femininos** no ato sexual entre dois homens? E na vida? E na relação entre daddy e cub/chaser?
- Como é a sua postura na hora do flerte? Adota um posicionamento mais ativo ou mais passivo perante o outro? Ativo e passivo no sentido de preferir

conquistar ou ser conquistado?

- Conhecem muitos ursos negros? Você saberia dizer o por quê?
- E conhece mulheres que se identificam como ursos ou "úrsulas"?
- Qual é a sua relação com os heterossexuais?
- Você já sofreu **preconceito** ou discriminação por causa do seu corpo/peso? J
- Na paquera, quais os **lugares** que você frequenta quando quer conhecer uma pessoa nova?
- O que você acha de outros **coletivos LGBT**: travestis, lésbicas, bombados e depilados, gays muito afeminados; o que é "bichinha pão com ovo",
- Você acha que existe algum tipo de preconceito e discriminação para os grupos com o grupo dos ursos em São Paulo desde outros grupos LGBT? Por que?
- Você acha que os ursos discriminam outros grupos LGBT? Por que?
- Para terminar, como você vê a comunidade daqui 10 anos?

Perguntas específicas para os sócios do bar Soda Pop:

- Qual a história do Soda Pop?
- Porque a escolha do nome? Era para ser um bar ursino?
- E a relação com o Caneca de prata?
- Saber a origem da comunidade?
- Como foi o ensaio na Bear Mais Magazine? Teria outras edições?
- Como se dá a parceria entre espaços que possuem o mesmo público alvo?
- No seu caso, como que mercado atrai o seu público?

ANEXO 2 - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

A presente pesquisa, *URSOS, FILHOTES E CAÇADORES: Cultura, identidade e virilidade "bear" paulista*, tem como objetivo apresentar, a partir dos relatos de pessoas residentes em São Paulo que se consideram pertencentes à comunidade Ursina, e analisar, por meio de um desenho de estudo qualitativo, o entendimento por 'ser urso', sua identidade e a história da comunidade por meio das experiências pessoais.

Para o seu desenvolvimento serão construídas narrativas de histórias de vida e temática. Serão aplicadas entrevistas a sujeitos que residam na cidade ou estado de São Paulo, que frequentaram os espaços considerados ursinos nos últimos 3 meses e que se apresentem como "ursos" ou outra taxonomia relacionada a comunidade.

Considerando os preceitos éticos em pesquisa, você poderá, em qualquer etapa do estudo, dirigir-se ao pesquisador responsável pela investigação para solicitar esclarecimento de eventuais dúvidas.

É garantida a liberdade de retirar o consentimento a qualquer momento antes da sua publicação e deixar de participar do estudo, sem qualquer tipo de prejuízo. As informações obtidas serão analisadas, e será optativa a divulgação da identidade do participante :

() Eu autorizo o uso do meu nome de registro no corpo da pesquisa.

() Eu NÃO autorizo o uso do meu nome de registro no corpo da pesquisa.

Não há despesas pessoais para o participante em qualquer fase do estudo, da mesma forma que não haverá compensação financeira relacionada à sua participação. Se existir qualquer despesa adicional, ela será absorvida pelo orçamento da pesquisa. O pesquisador compromete-se a utilizar os dados e o material coletado para fins acadêmicos.

Diante das explicações, eu _____, RG _____, concordo em participar voluntariamente deste estudo, e estou ciente de que poderei retirar o meu consentimento em qualquer momento do processo, sem penalidades ou prejuízo ou perda de qualquer benefício que eu possa ter adquirido.

São Paulo, _____ de _____ de _____

[Assinatura do entrevistado]

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste participante para a participação neste estudo.

[Assinatura do responsável pelo estudo]