

IX ENCONTRO NACIONAL de ESTUDOS do CONSUMO

21 à 23/11/2018, ESPM, Rio de Janeiro, RJ

GT 09 - Consumo, gênero e sexualidade: práticas de consumo e
produção da diferença

Nú em Pelos – um estudo sobre subjetivações gays ursinas

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - SP

PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

Palavras chave: comportamento do consumidor, gay, bear, urso, cultura e consumo

FELIPE MARQUES DA SILVA & PAULA SUT DA SILVEIRA

SÃO PAULO

2018

SUMÁRIO

ABSTRACT-----	3
INTRODUÇÃO-----	4
O DISCURSO URSINO-----	4
CÓDIGOS E COMPORTAMENTO-----	7
FESTAS E CLUBES DE URSOS-----	8
METODOLOGIA-----	10
A COMUNIDADE URSINA-----	11
AS FESTAS PARA URSOS-----	15
CONSIDERAÇÕES FINAIS-----	20
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS-----	21
REFERENCIAS Google® para imagens:-----	21

ABSTRACT

Propõe-se aqui estudar os chamados homens gays ursinos: subcultura que se diferencia por ter um corpo mais “másculo”, robusto e “bruto”, recoberto de pelos sem excesso, em contrapartida a outras construções corpóreas de gays.

Surgido internacionalmente na década de 90, esse discurso ganhou força no Brasil em especial no eixo Rio - São Paulo, inicialmente através de interações virtuais e posteriormente através de encontros locais (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015), passando a ser explorado como um nicho de mercado em que, dentre outras vertentes, destacam-se as festas voltadas aos ursos.

É importante notar – através do estudo realizado em Vitória (ES) por (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015) – em que se demonstra que o discurso ursino acaba por transformar um modelo de beleza e do corpo, ora tido como pouco saudável e de certo modo marginalizado por outros grupos gays, para um modelo que cria identidade e aceitação para seus membros, no qual as pessoas passam a se sentir bem consigo mesmas e não mais marginalizadas.

O objetivo do presente artigo visa, pois, compreender o composto do entretenimento enquanto divulgador ou base de construção e reforço da diferenciação identitária de gays ursinos. Serão estudadas, portanto, relações entre cultura e consumo, sob o recorte dos ursinos e do mercado de entretenimento destes canais: festas próprias para esta subcultura ursina.

Foram realizadas entrevistas em profundidade com praticantes que vivem a comunidade ursina e, ainda, observações de campo em festas na região de São Paulo.

Através do presente estudo foi possível verificar que o discurso ursino é mais corporal do que comportamental.

Pode-se observar, que o resultado de pertencer ao subgrupo de ursos é o encontro de aceitação individual, com seu corpo, peso e pelos corporais e faciais. Mesmo estando fora do padrão tido como normal de beleza corporal, este pertencente ao grupo se sente realizado e transmite algum tipo maior de segurança emocional em suas relações afetivas.

Houve, por parte dos entrevistados, exaltação a socialização e vivência de certos códigos ursinos, que são mantidos socialmente nas festas, específicas desta comunidade.

O presente trabalho, portanto, visa contribuir para um maior entendimento acerca da construção de subjetividades de gênero através do consumo, utilizando como objeto de estudo os gays ursinos.

Palavras Chave: comportamento de consumo, gay, bear, urso, cultura e consumo

INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa realizar um estudo da subcultura gay masculina denominada de “ursos”, analisando as suas práticas, códigos e a formação da sua identidade. Na cultura gay masculina, um urso em geral é associado a um homem possuidor de maior massa corporal (também considerado por eles como robusto) com presença de pelos pelo corpo e barba, e que projeta uma imagem corporal máscula e viril. Os ursos são uma das muitas comunidades LGBT com eventos, códigos e uma identidade próprios.

Houve, pois, um olhar voltado principalmente para as relações de consumo e socialização que acontecem em festas concebidas de forma específica para esse nicho de mercado. Desta forma, o objetivo principal deste artigo é entender de que forma o mercado de entretenimento, em especial as festas, participam da construção de subjetivações ursinas.

O artigo foi dividido da seguinte forma: (a) inicialmente será feito um apanhado teórico para se compreender o que é o discurso ursino e suas origens/evolução; (b) um entendimento dos principais códigos atribuídos ao grupo; (c) uma explanação acerca do mercado de festas para esse nicho; (d) a metodologia; (e) os principais achados empíricos; (f) considerações finais.

O DISCURSO URSINO

Os ursos são uma subcultura gay MOSKOWITZ et al. (2013) cujo termo foi popularizado por Richard Bulger, que, junto com seu então parceiro Chris Nelson (1960-2006), fundou a Bear Magazine em 1987

De um modo geral, o termo “urso” se refere a homens gays que exibem corpos com características parrudas – peso elevado ou com proporções acima das “normais”

–, com barba cheia ou grande e pelos espalhados ao longo de seu corpo, em especial nas regiões torácicas, costas, braços e pernas (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015).

O seu fenômeno foi popularizado na década de 1980 por meio de dois fatores principais. Um deles foi em decorrência da pandemia da AIDS na imaginação erótica de homens gays. Neste sentido, um corpo mais carnudo ou robusto foi reinterpretado como um indicador de saúde, vigor, força e virilidade. O segundo fator foi a capacidade do movimento ursino de cooptar subculturas existentes que estavam operando de forma informal por décadas, por meio de uma imagem mais atraente empregada pelos ursos ao articularem um corpo maior com a natureza e as noções mais convencionais de masculinidade (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015).

Através da internet, o seu discurso passa a ganhar uma maior circulação global a partir da década de 90, com destaque para sites pornográficos ou de bate-papo/relacionamentos específicos. No Brasil, ao final desta década, foram criados grupos em redes sociais e sites especializados no público ursino. Essas mesmas interações impulsionaram a realização de festas gays badaladas, principalmente em São Paulo e Rio de Janeiro (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015).¹

É válido ressaltar que é amplamente reconhecida a existência de diversas subculturas ou diferentes tipos de representações dentro da própria comunidade ursina, o que acaba por diminuir a rigidez necessária para que a pessoa se “encaixe” no grupo. De acordo com as terminologias identificadas e amplamente divulgadas entre ursinos algumas das subculturas são: Cub - uma versão mais jovem (ou de aparência mais jovem) de um urso; Chub - um homem corpulento que pode ser descrito como com excesso de peso ou obesidade. Esses homens também são uma subcultura distinta dentro da comunidade gay, e podem ou não se identificar com o movimento do urso em si; Lontra - considerada uma subespécie de "urso" por alguns, uma lontra é de altura / peso peludo proporcional ao homem magro; Ursula - um urso lésbico; Panda (ou urso de panda) - um urso da descendência asiática. Urso Polar - um urso mais velho cujo pêlo facial e corporal é predominantemente ou inteiramente branco ou cinza. Para tais terminologias, também são consideradas a idade do indivíduo.

¹ Segundo uma análise realizada no contexto capixada por (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015), antes do surgimento do discurso ursino, as subculturas gays que mais se destacavam eram as *barbies* e as *poc-pocs*. O primeiro grupo é composto por pessoas que apresentam um corpo padronizado mais identificado como “sarado”: musculosos, sem pelos e com pouca gordura corporal. O segundo grupo vai de encontro com a ampla operação heteronormativa de gênero que identifica gays como homens efeminados, pelo fato de serem em geral mais magros, juvenis, sem pelos e muitas vezes de certo modo andrógenos.

As motivações por trás da escolha de uma identidade subcultural também podem ser diferentes para homens mais jovens e mais velhos (LYONS & HOSKING, 2014). Há de se considerar também a figura do “musclebear”: homem parrudo e musculoso, aos seus 40 anos de idade, com barba cerrada e delineada, pelos corporais expostos sem excesso, fenotipicamente branco (com algumas possibilidades para pardos) (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015).

Para se compreender a importância do discurso ursino é imprescindível, pois, que se considere os impactos positivos que o mesmo proporciona na autoestima das pessoas que se identificam assim. E este, sem dúvidas, foi um dos maiores achados na pesquisa desenvolvida por (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015) no Espírito Santo.

Na referida pesquisa, os autores descobriram que, antes de tomarem conhecimento e se identificarem com o discurso ursino, os gays com estas características corporais (pelos e robustez/gordura) enfrentavam algum tipo de dificuldade de socialização por não se encaixarem nos padrões estéticos hegemônicos e/ou por outras dificuldades de se inserirem em grupos locais. Tomando-se como base as classificações de dominação de ALVES (2008) – cultural, econômica e social –, pode-se dizer que havia ali uma dominação social frente a essas pessoas, as quais estavam de certo modo marginalizados pelas suas características corporais. Depoimentos de alguns participantes da pesquisa mostraram que em momentos de socialização, como festas, era necessário seguir o padrão normativo de corpo, do contrário as pessoas acabam ficando excluídas.

Diante dessa nova classificação, gays “gordinhos”, estes passam a existir como ursos. Os autores viram que as pessoas em geral ficaram felizes ao fato de poder não necessariamente seguir um padrão corporal hegemônico e poderem ser elas mesmas. Está se falando, portanto, de sujeitos que “se converteram” socialmente em um tipo especial de gay denominado urso. Nas palavras dos autores:

O discurso ursino traz uma provável contribuição na desestabilização e exposição do caráter ficcional das normas em hegemonia. Ou seja, as práticas ursinas evidenciam que um sujeito que apresenta um corpo masculino não necessariamente é heterossexual. Um sujeito gay não necessariamente tem que ser efeminado, magro e/ou sarado. Não necessariamente deve se especializar na cultura pop, adentrar o consumismo de luxo, das boates e das academias (CERQUEIRA & DE SOUZA, p.277; 2015)

CÓDIGOS E COMPORTAMENTO

A análise de obras literárias e pesquisas científicas acerca da subcultura ursina permitiram a interpretação e listagem de uma série de códigos e comportamentos referentes a esse grupo. É válido ressaltar que o objetivo aqui não é o de classificar esse grupo de forma obrigatória a fatores pré-determinados, mas sim o de apresentar comportamentos de certo modo compartilháveis por esse grupo e que, dessa forma, permita um entendimento de suas características corporais e de sociabilidade.

a) Corpo másculo e viril: não afeminado

É notável que alguns ursos dão significativa importância à apresentação de uma imagem masculina clara e podem desprezar ou evitar homens que exibam efeminação. Desse modo, o discurso ursino traz um esquema de corpo que se encontrava “fora” destas práticas hegemônicas ao atualizar um discurso de masculinidade “tradicional”, instaurando algo “mais masculino” do que as *barbies*, através da exibição de corpos peludos e grandes (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015). É válido frisar que, ao se falar em corpos grandes, não se quer dizer “definido” ou “torneado”, mas sim algo volumoso, robusto.

Após realizarem dezenove entrevistas com ursos, os estudos de (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015) identificaram que as partes mais admiradas nos próprios corpos dos entrevistados eram as próprias “partes ursinas”, com destaques aos músculos, grossuras e pelos. O que antes era trazido como algo a ser corrigido, tratado ou mesmo eliminado, passou a ser valorizado por eles, compondo assim ao que os autores denominaram de uma “geometria da parrudez”.

b) Valorização de alto peso corporal e dos pelos corporais e faciais

Os ursinos se sentem confortáveis em ter parceiros sexuais e afetivos que estejam fora do modelo gay corporal normativo, portanto com um modelo de corpo mais robusto e mais peludo MOSKOWITZ et al. (2013). Modelo, este, que normalmente não é o apreciado tanto no sentido midiático quanto dentro de outras subculturas gay (mais magro, forte ou pelos na “quantidade certa”). Pode haver inclusive algum tipo de incentivo a manter o alto peso corporal, quando se pertence a este subgrupo, o que pode ter implicações de saúde separadas, como a obesidade (LYONS & HOSKING, 2014).

Em sua pesquisa empírica, (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015) perceberam que a operação de “se tornar” urso, para a grande maioria dos entrevistados, envolve um exercício, primeiro, de deixar os pelos corporais crescerem. Depois, há um processo de “se deixarem ficar gordos”. Os autores observaram que ao mesmo tempo em que o discurso ursino tradicional – o qual é seguido à risca por algumas pessoas, como fundamental para a classificação dentro da comunidade – traz um esquema “ideal” de um corpo “tradicionalmente” masculino, bruto, parrudo, ele não impede que os outros corpos que se encontram “fora” das outras práticas hegemônicas façam também parte da ficção. Em outras palavras, para alguns, se sentir um urso é mais importante do que seguir necessariamente a um conjunto rígido de regras corporais, sem desqualificar, contudo, o fato da barba, pelos e robustez como os principais indicativos desta subcultura gay masculina.

c) Comportamento sexual acentuado

Os ursos também podem ser classificados como possuidores de um intenso comportamento sexual, tendo aceitação por diversos comportamentos sexuais definidos, como por exemplo, fisting e o voyeurismo MOSKOWITZ et al. (2013). A partir de um estudo quantitativo realizado por este autor, foi comprovada a possibilidade de que os ursinos sejam mais permissivos a práticas sexuais diversas do que outros gays. Alguns exemplos de práticas são: fisting receptivo, dominação geral, asfixia, dentre outros.

d) Corpos viris. Não necessariamente o comportamento.

De acordo com as observações de (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015), a comunidade ursina não vê problema de um urso se comportar de forma afeminada. Em outras palavras, exibir um corpo “masculino” não necessariamente requer comportamentos e gestos “masculinos”. Não há necessariamente um heterossexual por trás de um corpo masculino.

FESTAS E CLUBES DE URSOS

Através do seu crescimento numérico, a comunidade de ursos constitui um nicho específico no mercado comercial com uma relevância cada vez maior. De acordo com MANN (2010) uma pesquisa de marketing realizada em 2007 pela revista A Bear's Life, resultado de um estudo trimestral e orientado ao estilo de vida, estimou

a existência de mais de 1,4 milhão de homens nos EUA que se identificam como ursos. Nas palavras do autor, “isso é um monte de barbas, pelos do corpo e músculos, e um nicho de mercado considerável entre os grupos queer-identificados.”

Como entretenimento e envolvimento com este subgrupo, há por exemplo: camisetas entre outros acessórios, calendários, filmes pornográficos e revistas com ícones de urso. Sobre filmes, por exemplo, há o icônico (para a comunidade) ator pornográfico Jack Radcliffe. A Catalina Video tem uma linha com tema de urso, a "Série de Recursos Furry". Outros estúdios para adultos que apresentam homens do tipo urso são a Bear Magazine, a 100% BEEF Magazine, a BearFilms, a Bear, a Butch Bear, a Raging Stallion e a Titan Media. Há também sites de mídia social e aplicativos de smartphones que são comercializados para homens da comunidade de ursos.

Mais especificamente em relação às festas de ursos – objeto de análise do presente trabalho – observa-se que no início do movimento alguns ursos se separaram da comunidade gay em geral formando "clubes de ursos" para criar oportunidades sociais e sexuais próprias. Os clubes de ursos frequentemente patrocinam grandes eventos anuais - "bear runs" ou "bear meetings", nos USA e Europa

A partir daí a comunidade de ursos se espalhou por todo o mundo, com clubes de ursos em muitos países. Os clubes de ursos muitas vezes servem como redes sociais e sexuais para seus membros, que podem contribuir com suas comunidades gays locais por meio da angariação de fundos e outras funções. Percebe-se que desde o início as festas, clubes e comunidades possuíram diversos papéis importantes: difusão do discurso, socialização de membros, sexualização, contribuição social através do angariamento de fundos, dentre outros.

No contexto atual brasileiro, as festas direcionadas aos ursos ocorrem principalmente nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. Mesmo sem ter sido este o objetivo do trabalho de (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015), o fato da pesquisa ter sido feita no Espírito Santo, local onde não havia esse tipo de festa, mostrou de forma sutil a importância da existência das mesmas para garantir a solidez e identidade do discurso ursino. Em entrevistas, algumas pessoas pontuaram o fato das festas gays locais – a exemplo da Move, que não possui caráter ursino – apresentarem um caráter de exclusão social, dado o fato dos ursinos não estarem inseridos no discurso corporal hegemônico. Vale transcrever o que disse um dos respondentes da pesquisa, que conheceu uma festa para ursos no Rio de Janeiro para que se possa compreender a

importância das mesmas dentro desta subcultura:

“Eu fui numa festa de ursos e eu fiquei deslumbrado ... realmente assim, um exemplo tosco ... uma criança. foi no rio. uma criança que entra na festa de aniversário de seu super-herói favorito onde todo mundo passa a olhar pra você e você queria todo mundo também”. (Urso 4). (CERQUEIRA & DE SOUZA. p.274; 2015).

METODOLOGIA

Esse capítulo se refere ao delineamento de toda a etapa empírica do presente artigo. O capítulo de metodologia deve apresentar toda a estrutura de planejamento para a execução da parte empírica da pesquisa (CRESWELL, 2007).

A presente pesquisa possui caráter exploratório e qualitativo, que possui em geral maior flexibilidade, já que permite considerar os mais variados aspectos relativos ao fenômeno estudado (GIL, 2010) e permite explorar de forma mais detalhada as subjetivações do referido grupo, sendo que, para isso, os pesquisadores lançaram mão de dois métodos: observação e entrevistas em profundidade.

Em relação ao método de observação, ele ocorreu na opção denominada de “observador completo”, na qual o pesquisador observa sem participar (CRESWELL, 2007). O intuito da não participação é que os pesquisadores se atenham a analisar o local e a interação das pessoas evitando ao máximo alterar o ambiente e o contexto. Neste caso foram feitas observações de aproximadamente três horas cada em duas das mais reconhecidas festas voltadas a ursos em São Paulo: a Brutus e a Bigger, ocorrendo, respectivamente, nos dias 31 de Agosto de 2018 e 22 de Setembro de 2018. Por meio de um roteiro estruturado, a pesquisa observacional analisou a arquitetura dos locais, seus objetos e elementos simbólicos (cheiros, música, avisos...), as características físicas do público frequentador, bem como seu comportamento e interação.

As entrevistas em profundidade ocorreram de forma presencial e individual. As vantagens dessa metodologia consistem no fato dos participantes poderem fornecer informações históricas, bem como permite ao pesquisador “controlar” a linha de questionamento (CRESWELL, 2007). Foram feitas ao todo 6 (seis) entrevistas, entre os dias 26 e 31 de Outubro de 2018, que seguiram como instrumento de coleta um questionário semi-estruturado. Com o intuito de dar maior robustez e confiabilidade à pesquisa, todos os entrevistados se consideram ou já consideraram ursos, bem como a grande maioria (cinco) é frequentadora assídua de festas para ursos, sendo duas

delas, inclusive, empresários do ramo de consumo ursino: um dos organizadores da festa Brutus e o outro dono da marca de artigos diversos para ursos, denominada Bearzil.

Os autores deste estudo, optaram por manter a identidade dos ursos em modo privado, referindo-se a estes com um numeral e incluindo suas respostas de forma integral e original, para cada tópico analisado. Sendo que, ainda, poderão ser nomeados neste texto por: respondente ou entrevistado.

A COMUNIDADE URSINA

A análise das entrevistas permitiu analisar que, para a maioria dos informantes, o discurso ursino foi incorporado a eles de forma involuntária, por outras pessoas. Em geral, antes de terem conhecimento acerca da comunidade, eles já possuíam um corpo ou sentiam atração por pessoas cujo corpo seguia os principais códigos ursinos: barbudos, com pelos e robustos.

“Com o término do meu relacionamento, comecei a malhar e deixar pelos crescerem e percebi que as pessoas no Instagram e Facebook começaram a me chamar de urso, começaram a elogiar minha barba... e era "ursinho daqui", "ursinho dali", então eu comecei a me identificar mais com o que as pessoas enxergavam em mim, não pelo que eu me enxergava. E a partir daí eu comecei a me questionar: puts, será que eu sou um urso mesmo?” (Urso 1)

No momento em que tomaram conhecimento acerca do discurso ursino, os seus padrões corporais estavam em desacordo com o padrão hegemônico, dominado principalmente pelas *barbies* – mais fortes, com pouca massa gorda e lisas. Em função disso, a sua aceitação foi em geral imediata e muito bem recebida. Assim como visto na pesquisa realizada pelo (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015), foi observado que o discurso ursino serviu para essas pessoas como uma forma de valorizarem em uma tribo algo que eles já valorizavam individualmente em si e em outras pessoas: pelos, barba, gordura e parrudez. Inclusive, ao serem perguntados se eles se sentem à vontade com o seu corpo, a unanimidade foi “sim”. De certo modo, a incorporação do discurso ursino pode vir a ter tido efeitos positivos a isso.

Quando “descobriram ursos”, a comunidade foi vista por eles como acolhedora, carinhosa e unida. Os respondentes da pesquisa, de um modo geral, nunca se sentiram atraídos com o discurso hegemônico, seja na estética, seja nas suas práticas, como ter de entender de cultura pop ou precisar praticar hábitos saudáveis.

O que se percebe é que o discurso ursino serviu como algo que nasceu para questionar os padrões da época e dar união a pessoas que pensavam de forma diferente.

“Minha vida mudou muito quando eu sabia que era admirado, que eu era um urso. Eu prezo isso até hoje. Não pretendo mudar não. (...). Quando você começa a estudar e ver que existe essa comunidade ursina e você se encaixa, você vê que para tudo tem um jeito. Sua estima vai a mil. Incrível isso.” (Urso 4)

“O gay tinha que seguir antigamente determinados padrões: másculo, sem pelos, barbie, fortinho... e aí o urso veio contra todo esse movimento. Ele veio mostrar que o homem não precisava seguir esse padrão gay da época. O gay também pode tomar cervejas, ser gordinho... totalmente ao contrário do que a cultura da época pregava. Daí a cultura bear veio daó: de ir contra esse movimento e de o homem ser quem ele é. Não se importar com acabemia, beber cerveja e comer muito se quiser, sem seguir determinados padrões.” (Urso 1)

É importante ressaltar que, assim como observado na literatura estudada, o pertencimento ao subgrupo de ursos denota a necessidade de se possuir características corporais – e não comportamentais – específicas. Segundo o que se depreende das entrevistas, o atributo mais citado são os pelos corporais e principalmente barba, seguido logo pela robustez corporal e, por fim, características pessoais mais masculinas e brutas – estas citadas por menos pessoas. Vale frisar o que pontuaram dois dos seis entrevistados. Apesar de já existir um discurso corporal característicos, para eles para a pessoa ser considerada um urso basta que ela queira ser um, mesmo não atendendo aos requisitos corporais. Depreende-se daqui que há um consenso sobre o que é o discurso corporal ursino, mas não se pode dizer que há um consenso entre as pessoas sobre quem deve ou não ser considerado um urso.

Para tornar isso mais claro, foram apresentados aos entrevistados seis imagens de homens que os entrevistadores arbitrariamente classificaram como gays – com o intuito apenas de não levantar a questão sobre a entrada de héteros na comunidade – para que eles os classificassem. As imagens foram retiradas do Google® e apresentadas de forma individual e isolada e podem ser vistas, de forma compilada, na imagem abaixo:



Fonte: Imagens Google®

A seguir foram feitas as seguintes análises, de 1 a 6 com base nos entrevistados:

- 1) Sim de forma unânime. Esse foi considerado o “típico urso”. Pode-se observar que ele atende aos padrões anteriormente observados: gordo, peludo e barbudo.
- 2) 4 pessoas disseram que sim, denominando-o de black bear, um disse que talvez e outro que não, por conta da ausência da barba. Isso mostra que, sob o ângulo de visão da comunidade, a ausência de barba, mesmo que com presença de pelos corporais, é um dos fatores chave de exclusão.
- 3) Não. Não pode ser um urso, principalmente por ser liso ou sarado. No máximo pode vir a ser considerado um “chaser” – aquele que gosta de ursos.
- 4) Não pode ser considerado urso.
- 5) A grande maioria – cinco dos seis informantes – disseram que sim, que no caso ele se enquadra como um musclebear. Vale observar que não foi uma unanimidade pois, para um dos entrevistados, o fato dele não ser gordo necessariamente não lhe torna um urso.
- 6) Pela baixa presença de massa gorda, ele foi considerado com uma “lontra”, uma das subcategorias já descritas. É interessante perceber que para

metade dos respondentes ele pode sim ser considerado um urso, pois ser uma lontra é uma subcategoria de urso e, logo, o torna parte do discurso ursino, contudo para a outra metade o fato dele ser uma lontra não lhe torna um urso.

A análise das respostas acima permitiu validar a barba como um fator determinante na concepção de ser urso, bem como os pelos corporais e a robustez.

Ela também mostrou para os pesquisadores, mesmo que de modo indireto, a importância das subculturas no ampliado do discurso ursino. Essas subcategorias acabam por democratizar mais um discurso que é de certo modo restritivo: o de que o urso tem de ser necessariamente gordo e peludo. Essa ampliação de possibilidades democratiza o discurso, amplia-o para mais admiradores e simpatizantes e aumenta as possibilidades das pessoas, apesar de descaracterizar o contexto corpóreo original bear: gordo e peludo. Um bom caso disso são as lontras, que não possuem robustez, mas foram considerados por metade dos entrevistados como ursos também, mesmo sendo uma subcategoria. O mesmo vale para os musclebears, que acabam por se identificar com o discurso, mas mantêm um corpo mais musculoso e uma dieta mais saudável e regrada. Deste modo, o que ficou evidente, é que há dois tipos de posturas quanto à ampliação do discurso: o das pessoas que acham que ursos têm de ser gordos e peludos e que a aplicação do discurso pode vir a descaracterizar o grupo e os das pessoas que veem essas novas possibilidades de modo positivo, democrático e agregador.

"Dentro do padrão de beleza ursina, eles impõem que você tem que ser barrigudo, barbudo, isso é chato. Quem impõe isso é o padrão de beleza. Eu conheço pessoas magras que se forçaram a ser gordas para ter aceitação dentro disso. Mas acho que hoje isso está perdendo..." (Urso 6)

"A cultura bear está muito arraigada na despreziosidade com certos cuidados, não que a pessoa não possa cuidar do corpo. Isso é principalmente o urso de antigamente. Aí tem o musclebear, que é o urso que gosta de ir para academias e que é bem diferente dos outros. É como eu te disse... existem várias vertentes de urso. Cada um segue um estilo de vida diferente." (Urso 1)

Um fato interessante dos códigos de comportamento observados nas entrevistas é que, diferentemente do que foi apresentado por (CERQUEIRA & DE SOUZA, 2015), para metade dos nossos entrevistados, um dos fatores de distinção entre a comunidade de ursos e as outras comunidades gays, como as *barbies* e *pocs*,

o comportamento mais viril e másculo é um fator de diferenciação entre eles. Este comportamento não pode ser considerado de forma alguma como uma unanimidade, mas cabe que se faça uma análise mais profunda acerca dessa temática.

"Se eu pudesse falar de um comportamento marcante dentro da cultura bear, seria a masculinidade" (Urso 1)

AS FESTAS PARA URSOS

As festas voltadas para ursos são atualmente um negócio já consolidado em São Paulo, local no qual se realizou a pesquisa empírica. Atualmente há diversas festas diferentes, com edições constantes e aparente boa presença numérica do público, chegando, por exemplo, 1.500 pessoas em festas como a Ursound, segundo o Urso 6 – um dos organizadores da Brutus. Pelo que se pode depreender das entrevistas, as festas tiveram em São Paulo um importante papel na consolidação da cultura ursina, como um ponto de encontro, de socialização e difusão do discurso. É importante ressaltar que, mesmo em se tratando de festas nichadas para um público aparentemente homogêneo (ursos), há diferenças interessantes na proposta das festas em São Paulo. As análises das entrevistas foram feitas levando em conta as três das mais importantes festas de São Paulo: Brutus, Bigger e Ursound, sendo que para as duas primeiras foram feitas observações in loco, conforme exposto no capítulo de metodologia.

A festa Brutus, cuja edição ocorreu na Casa da Luz, no Centro de São Paulo, em particular foi algo completamente diferente do que o pesquisador já havia presenciado. A começar pela sua arquitetura bastante underground, semelhante a um “gueto”, com luzes propositadamente fracas e um forte ar viril. No andar de baixo três ambientes se destacavam. O bar, cujos preços eram extremamente acessíveis – a festa como um todo possuía um preço acessível -, era um local em que ficavam presentes algumas pessoas. A boate tocava uma música eletrônica forte, densa e estava cheia de homens, muitos se beijando e dançando. E, por fim, a área aberta – denominada por uns de “fumódromo” –, que era um local com música baixa e servia principalmente para que as pessoas pudessem beber e principalmente socializar. No andar de cima havia um lounge em que pessoas socializavam, podia-se comprar souvenirs bears, fazer tatuagens e aconteciam sessões abertas de fetishismo sexual explícito, em maioria sessões de espancamento nos glúteos e dominação. Havia a

presença de muitas pessoas com apetrechos leathers e pode-se dizer que o voyeurismo é uma característica marcante da Brutus. Neste mesmo andar de cima havia um cinema exclusivo para filmes pornô gays com a presença de casais de homens gays assistindo.

Apesar de haver a permissão da entrada de mulheres no recinto, a presença é praticamente maciça de homens (como era de se esperar), brancos e com idade na faixa de 30 a 50 anos. Não há um padrão corporal definido dos frequentadores, já que haviam muitos ursos, lontras, chasers, dentre outros. A medida que o tempo passava, mais e mais as pessoas ficavam sem roupas. Muitos estavam sem camisa, alguns vestindo apenas cuecas ou apetrechos leather e foram vistos também cerca de 4 pessoas completamente nuas – até o momento em que o pesquisador ficou no recinto. É de se esperar que esse número tenha crescido. É interessante analisar que a proposta dessa festa é exatamente essa: naturismo com respeito. Na porta da festa havia uma placa com dizeres: “Naturismo: a casa permite o nudismo social. Eventualmente poderá encontrar pessoas nuas na casa. Respeite!” e “Não é não: não será tolerado nenhum tipo de assédio, TLGBQ+++fobia, machismo e racismo.”

De fato, a Brutus pareceu ser o paraíso para quem gosta de fetiche, exibição de corpos nus ou seminus, voyeurismo e paquerar – até fazer sexo explicitamente. Tudo isso é apoiado e incentivado pela casa. A própria casa possui um papel social de incentivar o sexo seguro, protegido com preservativo. O local pareceu um momento de liberdade em que as pessoas podem expressar os seus desejos mais íntimos e em que não havia nenhuma amarra ou “vistoria social”. As pessoas estavam lá para se divertir, “viver o momento”. Por fim, mas não menos importante, é importante frisar que praticamente não havia ali importância do capital econômico das pessoas como objeto de distinção, seguindo uma análise de ALVES (2008). Naquele local e naquele momento o capital social – o prestígio dentro dos grupos – se mostrou muito mais relevante. As propostas visualizadas na observação de campo foram confirmadas dentro das entrevistas, o que dá ainda mais confiabilidade aos dados coletados.

"A Brutus é uma festa de sexo." (Urso 6)

"A Brutus é mais feitiçeira. Público hard, coisa mais selvagem." (Urso 3)

A Bigger aconteceu no Eazy Club, no bairro da Barra Funda, cuja atração principal era a presença de um famoso ator pornô: Rogan Richards. O ambiente e

arquitetura eram normais, nada diferente do que qualquer balada heterossexual em São Paulo. Havia ali uma diferença significativa de preços para cima frente à Brutus, tanto para entrar na festa quanto para consumir bebidas de quaisquer tipos. A música também era eletrônica, um pouco mais pop que a Brutus.

A principal diferença entre ambas as festas se dá no perfil e comportamento do público. O perfil da Bigger é voltado principalmente ao público musclebear. É nítida a diferença corporal das pessoas que frequentam. Eram mais esteticamente bonitas, segundo os padrões de beleza hegemônicos, e os corpos eram mais musculosos, havendo a presença de uma quantidade significativa de pessoas sem pelos aparentes: a presença de músculos era aparentemente mais importante que a de pelos ali. Havia algumas pessoas sem camisa, mas praticamente sem roupas eróticas. Aparentemente o objetivo ali era se expor para a sociedade, beijar e socializar com os seus pares. Esses comportamentos também foram percebidos nas entrevistas em profundidade.

"Gosto da Bigger. Tem mais musclebear, é mais meu caso. A Bigger é mais seletiva. Tipo bar. Passa muito tempo conversando." (Urso 3)

"A Bigger é para as pessoas que gostam mais de aparência, mais voltada para aparência mesmo, onde elas treinam durante a semana para verem pessoas e serem vistas." (Urso 6)

Por fim, a Ursound foi citada pelos participantes como uma festa mais tradicional – ela é a mais antigas das três analisadas –, sendo mais similar em termos de proposta com a Bigger do que com a Brutus.

"A Ursound é uma festa mais tradicional, para pessoas que estão querendo conhecer ou já estão inseridas no meio urso e querem participar." (Urso 6)

"Tem a ursound também que é um outro tipo de festa, com música mais calma, pessoas mais calmas, relax, voltada mais ao pessoal que bebe, fica ali no barzinho, que quer conversar."

(Urso 1)

É válido destacar a força da união da comunidade ursina e do seu forte capital social. Prova disso foi o fato relatado por alguns informantes de que os organizadores de uma famosa festa gay – cujo presente artigo não tem o objetivo de citar –, conhecida pela sua exuberância, luxo e altos preços dentro do universo gay, tentaram

adentrar ao universo ursino, promovendo festas para este público. Festas, estas, que não foram bem sucedidas, muito pelo fato de que elas eram aparentemente caras e não dialogavam corretamente com o público. A análise que se faz aqui é que os ursos surgiram como uma contracultura ao discurso hegemônico e dominante. No momento em que eles se tornam comercialmente atrativos como um nicho de mercado, é o capital social deles e os seus valores contra essa hegemonia que os mantém integrados e que acabam por consumir entretenimento voltado aos seus valores culturais.

" O organizador da xxxx não conseguiu atingir ao público. Talvez por não estar inserido no meio, não ter a essência, a alma." (Urso 6)

" Ele (organizador da festa xxxx) já tentou fazer algumas festas, mas não pegou, sabe? Ele quis fazer aquela coisa mais chique. A proposta de drinque, mais carão, e os ursos não curtem isso. Os ursos gostam de suar, sem roupa, sem camiseta.... não é aquela coisa muito certinho."

(Urso 3)

De um modo geral, observa-se que as festas possuem diversos papéis dentro da comunidade ursina, os quais estão listados na Tabela resumo abaixo e foram divididos em três grandes grupos: amorosos, sociais e culturais.

Tabela 1 – Tabela da pesquisa

Fatores						
Amorosos		Sociais			Culturais	
Paquera	Sexo e Fetichismo	Socialização	Entretenimento	Exibição Social	Identidade	Propagação do Discurso
Todas	Brutus	Bigger e Ursound	Todas	Bigger	Todas	Ursound

Fonte: Autores deste estudo (2018)

- a) **Fatores amorosos:** conforme visto nas visitas a campo e nas entrevistas, o fator que aqui foi denominado como “amoroso” é importante para a comunidade e característico dessas festas. Esse fator amoroso varia desde a paquera e beijos, que acontece em todas as festas, a sexo e fetiche, que ocorre mais fortemente na Brutus.
- b) **Fatores sociais:** quando perguntado aos entrevistados sobre o que fazem

e para que vão às festas, a maior parte se interessa nas questões voltadas à socialização. Conforme observado anteriormente, essas festas possuem um caráter mais agregador para essa comunidade, reúne seus pares e foge ao discurso hegemônico corporal, fazendo com que os ursos estejam a vontade e se sintam bem de estar lá. Deste modo é um lugar em que as pessoas se sentem bem. Tanto a Bigger quanto a Ursound foram vistas e citadas como locais prioritariamente de socialização, com um grande apelo à exibição social na Bigger.

"E a gente acaba conhecendo os amigos lá...você vai para ver os amigos. Ver os colegas e dançar e se divertir com eles. É algo mais social, sabe? É um momento mais social que diversão. É um momento em que você se identifica como cultura, né?" (Urso 1)

"Eu gosto. Sou da noite e adoro estar no meio. Gosto de conversar, rir, brincar. Tem muito amigo meu de fora, todo fim de semana tem algo pra fazer. Curto a balada." (Urso 3)

c) **Fatores culturais:** as festas possuem um importantíssimo papel na formação, manutenção e propagação do discurso cultural ursino. Elas dão identidade e união ao grupo. É uma forma de mostrar que a cultura é presente e que os ursos são reconhecidos dentro da sociedade. Entende-se que sem elas, a comunidade perderia diversidade, voltaria a ser como era antes – padrão corporal hegemônico. Um grande papel das festas de ursos é que as pessoas possuam sua sexualidade, sejam aceitas e tenham orgulho de quem são.

"A comunidade perderia diversidade. Voltaria a ser como antes, com aquele padrão de beleza pré-estabelecido. O legal de ter os ursos é que você tenha o seu corpo da forma como quiser que você será bem recebido. Então (caso não existissem mais festas), pessoas voltariam para uma sensação de não serem inseridas, como eu me sentia nos anos 90. Muita gente voltaria para o armário por se sentir feita; se sentiria infeliz com o próprio corpo. Sendo assim, o grande papel das festas de ursos é que as pessoas tenham sua sexualidade, sejam aceitas e tenham orgulho de quem são. (...) Acho que se perdesse isso, ia ficar bem mais chato, bem mais xiita" (Urso 6)

"É importante você ter um lugar que as pessoas preparam para você, que tenha a sua identidade, sua marca, as coisas que você gosta. É como você falar assim, que não vai ter mais parada (LGBTQ+). Não é só a questão da festa, não é a festa em si. É uma forma de mostrar que a cultura é presente e que você é reconhecido de alguma maneira dentro da sociedade." (Urso 1)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do resultado do presente estudo, foi possível vivenciar o subgrupo ursino em São Paulo. Pode-se observar esse discurso resultando em uma maior auto aceitação com seu corpo, alegria e encontro com a paz interior (principalmente relatada pelos entrevistados).

Verificou-se que o discurso ursino é algo muito mais corporal do que comportamental, destacando-se principalmente a barba e pelos seguidos por maior robustez do corpo e por fim virilidade e masculinidade. É válido frisar, que não há um consenso nesse aspecto e que existem grupos que acreditam muito mais na pessoa “se achar um urso” do que necessariamente possuem um corpo seguindo esses padrões.

Percebe-se que é um grupo muito agregador, unido e uma comunidade aberta a novos entrantes, mas fechados em seus códigos de pertencimento.

Foi identificado através dos depoimentos nas pesquisas e as observações presenciais nas festas, que, para o entretenimento festas, o urso busca identificação com seus códigos. Isto já serviria como base para o entendimento mercadológico com um foco em oferecer produtos mais adequados a este público.

Por fim, observou-se que as festas possuem grande importância para a construção da identidade e manutenção da coesão da cultura ursina. Classificou-se, portanto, os papéis exercidos pelas festas de três formas diferentes: amorosos, sociais e culturais.

Além das festas, outros canais foram mencionados pelos entrevistados como meios para encontro entre pertencentes desta comunidade, como Bares e apps de relacionamento, todos específicos da comunidade ursina.

O presente artigo não se propõe a esgotar o estudo acerca da comunidade ursina, sugerindo como estudos futuros um melhor entendimento das relações de poder dentro da própria comunidade, na qual há grupos que determinam o corpo como um fator básico para a autodeterminação como ursos e grupos que defendem fatores psicológicos, voltados à auto aceitação. Esse futuro estudo poderia, ainda, verificar o impacto das subdivisões (lontras, musclebears) nas novas identidades e hábitos ursinos, combinando o estudo, inclusive, com questões ligadas à saúde física das pessoas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, E. R.; Bourdieu. **A distinção de um legado de práticas e valores culturais**: Sociedade e Estado, v. 23, n. 1, p. 179-184, 2008.

CERQUEIRA, P. R.; DE SOUZA, E. M.; Laclau. **Sexualidades e os Corpos: Análise das Subjetivações Ursinas**: Psicologia & Sociedade, v. 27, n. 2, p. 13, 2015.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa-3**: Penso Editora, 2010.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2009.

LYONS, Anthony ; HOSKING, Warwick. **Health Disparities Among Common Subcultural Identities of Young Gay Men: Physical, Mental, and Sexual Health**: Archives of Sexual Behavior, 2014, Vol.43(8), pp.1621-1635.

MANN, Jeff. **The Gay & Lesbian Review Worldwide**: Bear culture 101, Sept-Oct, 2010, Vol.17(5), p.22(3).

MOSKOWITZ, David ; et al. **Physical, Behavioral, and Psychological Traits of Gay Men Identifying as Bears**: Archives of Sexual Behavior, 2013, Vol.42(5), pp.775-784.

REFERENCIAS Google® para fotografias:

https://www.google.com.br/search?q=bear+homo&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjNrIW835feAhWrtVkkHYbjBswQ_AUIDigB&biw=1366&bih=608#imgrc=23CZKEI7Tv9PnM: Fotografia 01

https://www.google.com.br/search?q=bear+homo&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjNrIW835feAhWrtVkkHYbjBswQ_AUIDigB&biw=1366&bih=608#imgrc=WZLgKy8RO6isAM: Fotografia 02

https://www.google.com.br/search?q=bear+homo&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjNrIW835feAhWrtVkkHYbjBswQ_AUIDigB&biw=1366&bih=608#imgrc=y-SpmgEAleP3nM: Fotografia 03

https://www.google.com.br/search?biw=1366&bih=608&tbn=isch&sa=1&ei=Fo7MW-bMB4aTzwKXnaHQCw&q=skini+gay&oq=skini+gay&gs_l=img.3...4177.4398.0.4643.3.3.0.0.0.0.0.0...0...1c.1.64.img..3.0.0....0.RUI3d9kmo-0#imgrc=tMRAmYRpJDJVBm: Fotografia 04

https://www.google.com.br/search?biw=1366&bih=608&tbn=isch&sa=1&ei=JpPMW5GTGImzzwK0zpn4Cw&q=MUSCLEBEAR&oq=MUSCLEBEAR&gs_l=img.3...24436.28200.1.28264.14.10.0.0.0.0.0.0...0...1c.1.64.img..14.0.0....0.DqGWj-eXZag#imgrc=8OjJxIFNqELBIM: Fotografia 05

https://www.google.com.br/search?biw=1366&bih=608&tbm=isch&sa=1&ei=HI7MW7C1FJL-zqLZj7_4CQ&q=skini+gay+hairy&oq=skini+gay+hairy&gs_l=img..3...35498.36826.0.36896.6.6.0.0.0.166.643.0j4.4.0....0...1c.1.64.img..2.0.0....0.zTZv7P6VG90#imgrc=SO6iMeiL4NfigM

Fotografia 06