



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE DESIGN
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM DESIGN

TATALINA CRISTINA SILVA DE OLIVEIRA

INDUMENTÁRIA, VESTUÁRIO E PRODUÇÃO DE MODA:

**O papel dos Artefatos de Moda nos Processos de Identificação e Construção
de Estilo do Subgrupo Homoerótico Bear**

Recife

2018

TATALINA CRISTINA SILVA DE OLIVEIRA

INDUMENTÁRIA, VESTUÁRIO E PRODUÇÃO DE MODA:

**O papel dos Artefatos de Moda nos Processos de Identificação e Construção
de Estilo do Subgrupo Homoerótico Bear**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design do Centro de Artes e Comunicação, Departamento de Design da Universidade Federal de Pernambuco como parte dos requisitos parciais para obtenção do título de doutora em Design.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Kátia de Medeiros Araújo

Recife

2018

Catálogo na fonte
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

O48i Oliveira, Tatalina Cristina Silva de
Indumentária, vestuário e produção de moda: o papel dos artefatos de moda nos processos de identificação e construção de estilo no subgrupo homoerótico *bear* / Tatalina Cristina Silva de Oliveira. – Recife, 2018.
232 f.: il., fig.

Orientadora: Kátia de Medeiros Araújo.
Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2018.

Inclui referências e apêndice.

1. Ursos. 2. Homoafetividade. 3. Artefatos de moda. 4. Vestuário. 5. Consumo. I. Araújo, Kátia de Medeiros (Orientadora). II. Título.

745.2 CDD (22.ed.) UFPE (CAC 2018-212)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM DESIGN**

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE TESE DE
DOUTORADO ACADÊMICO DE

Tatalina Cristina Silva de Oliveira

INDUMENTÁRIA, VESTUÁRIO E PRODUÇÃO DE MODA:

O papel dos Artefatos de Moda nos Processos de Identificação e Construção de
Estilo do Subgrupo Homoerótico Bear

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: Planejamento e Contextualização de Artefatos

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, considera o(a)
candidato(a) **Tatalina Cristina Silva de Oliveira**.

Aprovada em: 15/06/2018

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Virgínia Pereira Cavalcanti (UFPE)

Prof^a. Dr. Gentil Alfredo Magalhães Duque Porto Filho (UFPE)

Prof^a. Dr^a. Maria Alice Vasconcelos Rocha (UFPE)

Prof^a. Dr^a. Andrea Barbosa Camargo (UFPE)

Prof^a. Dr^a. Maria Grazia Cribari Cardoso (UFRPE)

Dedico àqueles que aprenderam a ressignificar as dificuldades,
Transformando-as em força para enfrentar as batalhas diárias.

A Tiago Cavalcanti, *in memoriam*.

AGRADECIMENTOS

À FACEPE, pelo financiamento desta pesquisa.

À Professora Kátia Araújo, pelos aprendizados sobre orientações acadêmicas.

A Antonio Gerard pelo acolhimento, amor e generosidade diários.

À Comunidade Ursina Recifense, em especial àqueles que abriram seu coração (e compartilharam sua história) ao vislumbrarem nesta investigação uma forma de dar voz aos excluídos, nestes tempos incertos em que vivemos.

A inúmeros familiares e amigos que se mantiveram ao meu lado ao longo desta jornada acadêmica. Que sorte a minha!

RESUMO

Em meio à vasta possibilidade de ser evidenciadas no universo gay, uma subcultura, em especial, chama a atenção: Bears ou Ursos. Oriunda dos anos 1980, na cidade de São Francisco (Califórnia), esta subcultura tem como característica mais forte a resignificação, com conseqüente valorização, da gordura corporal, dos pelos e da homossexualidade masculina a partir de um estilo de vida hipermasculino. A reivindicação daquela que seria a imagem do “macho rústico original” vem acompanhada do consumo de artefatos de moda específicos: camisas de botão, padronagem xadrez, cores escuras ou terrosas, acessórios grandes, estética retrô etc., que os proporciona uma imagem “heterossexual” e certa transitabilidade em espaços gays ou heteronormativos. Com as ferramentas metodológicas utilizadas (etnografia e entrevista compreensiva, com posterior análise de conteúdo) foi possível chegar ao conceito de transitabilidade; à relação de causalidade entre a processos de identificação ursina e as violências de ordem física e simbólica sofridas pelos entrevistados ainda na infância; aos processos rituais de consumo e fruição de certos artefatos de moda; à ansiedade/medo do escrutínio de seus pares quando da escolha de uma peça “errada” para eventos ursinos etc. No Brasil, a popularização deste estilo de vida se deu nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, com conseqüente expansão por outras cidades do país, chegando à cidade do Recife – PE. Nesta investigação analisou-se como se dá o processo de mediação simbólica dos artefatos de moda (vestimenta e acessórios) no subgrupo *Bear* recifense. Para tal, foi necessário contextualizá-lo histórica e culturalmente no Brasil e, especialmente, na cidade do Recife, compreendendo as condicionantes sociais, culturais e regionais que caracterizavam os Ursos nordestinos. Identificou-se como se estabelece o processo de consumo de artefatos de moda, bem como as dimensões simbólica e objetiva ocupadas pelos mesmos a partir da relação entre corpo, vestuário e performatividade.

Palavras-Chave: Ursos. Homoafetividade. Artefatos de Moda. Vestuário. Consumo.

ABSTRACT

In the middle of the vast possibilities of being in gay universe, a special subculture outstands: Bears. Deriving from the 1980's, from the city of San Francisco (California), this subculture has the reframe (with consequent valorization) of body fat and facial and corporeal hair, and homosexuality, with hypermasculine performativity, as its strongest characteristics. The claim of the "original macho man" image is stimulated by the consumption of some specific fashion artifacts: shirt with buttons, tartan patterns, dark colors, big accessories, retro aesthetic etc., that gave them certain "transitability" in both straight and gay spaces. With the help of some methodological tools (ethnography and comprehensive interview, with posterior content analysis) it was possible to reach to the concept of "transitability"; to the causal relationship between Bear identification processes and physical and symbolic violence suffered in childhood; to the ritual processes of consumption of some fashion artifacts; to the anxiety/fear of the scrutiny among other bears when it comes to the wrong choice of a garment to any Bear event etc. In Brazil, this lifestyle became popular in the cities of São Paulo and Rio de Janeiro, expanding through other states of the country, such as Pernambuco (and its capital, Recife). This investigation aims to analyze the process of symbolic mediation of fashion artifacts (apparel and accessories) In gay Bear subculture of the city of Recife – especially the social and cultural concerns which characterize the northeastern Bears. It was possible to identify how is established the process of consumption of fashion artifacts, as well as the symbolic and objective dimension occupied by them among the relationship between body, apparel and performativity.

Keywords: Bears. Homosexual affectivity. Fashion artifacts. Apparel. Consumption.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Lord Brummel	61
Figura 2 - Funny (direita) e Stella (esquerda).....	72
Figura 3 - Oscar Wilde.....	73
Figura 4 - Two sailors ca. 1940-1945 “Love and War” exhibit at the Kinsey Institute GallerY.....	76
Figura 5 - Capa do Filme Duelo de Titãs, de Steeve Reeves.	88
Figura 6 - Modelo Rogério Munhoz. Fotografia retirada de seu fotolog (rede social hoje em desuso).....	98
Figura 7 - Classificações ursinas.....	99
Figura 8 - International Bear Flag.....	101
Figura 9 - Henrique num contexto geek.....	111
Figura 10 - Henrique num contexto geek.....	111
Figura 11 - Fila de entrada para a Bear Celebration.....	120
Figura 12 - Registro da Bear Celebration. Henrique explicando-me o universo Bear.....	122
Figura 13 - À direita, Urso que Henrique afirmou só ter ido para dançar.....	122
Figura 14 - Pedro à esquerda e “Dani, Daniel para os íntimos” à direita.....	124
Figura 15 - Lounge do Miami Pub.....	127
Figura 16 - Pedro na edição Trucker Bear da Bear Celebration.....	130
Figura 17 - Pedro na edição Trucker Bear da Bear Celebration.....	130
Figura 18 - Alguns estilos encontrados na edição Trucker Bear.....	131
Figura 19 - Alguns estilos encontrados na edição Trucker Bear.....	131
Figura 20 - Alguns estilos encontrados na edição Trucker Bear.....	131

Figura 21 - Casal com quem bati papo em frente à Bear Celebration. À esquerda meu informante Urso, à direita seu companheiro (chaser).....	132
Figura 22 - Joaquim e eu indo à Bear Celebration – Edição Trucker Bear.....	134
Figura 23 - Growlr, aplicativo destinado a Ursos.....	134
Figura 24 - Joaquim em sua camisa verde acetinada, coturno e calça escura.....	137
Figura 25 - Detalhe camisa verde.....	137
Figura 26 – Joaquim.....	140
Figura 27 – Otávio.....	141
Figura 28 – Victor.....	142
Figura 29 – Pedro.....	143
Figura 30 – Rodolfo.....	143
Figura 31 - Rafael	144
Figura 32 - Pelos corporais.....	185
Figura 33 - <i>Check in</i> de Pedro em barbearias.....	187
Figura 34 - <i>Check in</i> de Pedro em barbearias.....	187
Figura 35 - Acessórios grandes usados pelos frequentadores.....	191
Figuras 36 - Urso clássico Rodolfo.....	192
Figura 37 - Urso clássico Victor.....	192
Figura 38 - Urso moderno-esportivo Pedro.....	192
Figura 39 - Urso moderno-esportivo Rafael.....	192
Figura 40 - Urso moderno-esportivo Joaquim.....	192
Figura 41 - Urso moderno-esportivo Otávio.....	192
Figura 42 - Rafael, ao momento da entrevista, trajando preto.....	193
Figura 43 - Dj da Bear Celebration trajando camisa com estampa de urso.....	194
Figura 44 - Otávio veste camisa Cavaleira com estampa de urso.....	194
Figura 45 - Frequentadores da Bear Celebration trajando camisas com padronagem xadrez.....	195

Figura 46 - Acessórios de Otávio na ocasião da entrevista. Prevalece o uso do couro, seja nas pulseiras, seja no relógio.....	196
Figura 47 - Divulgação da edição Bailão dos Ursos, da Bear Celebration.....	198
Figura 48 - Divulgação da edição Bailão dos Ursos, da Bear Celebration.....	198
Figura 49 - Divulgação da edição Bailão dos Ursos, da Bear Celebration.....	198
Figura 50 - Boné com estética retrô utilizado por Otávio, arrematando o visual totalmente ursino.....	199
Figura 51 - Camisa utilizada por Victor durante a entrevista.....	201
Figura 52 - Seu Zé For man (página do instagram).....	208
Figura 53 - Site da loja Yes Sir.....	213
Figura 54 - Site da marca Bearzil.....	214
Figura 55 - Site da marca Bearzil.....	214
Figura 56 - Ursos fazem uso de produtos BearZil.....	215
Figura 57 - Ursos fazem uso de produtos BearZil.....	215
Figura 58 - Ursos fazem uso de produtos BearZil.....	215
Figura 59 - Imagem da coleção Wonder, do estilista Belga Walter Van Beirendonck, inspirada na comunidade ursina.....	216
Figura 60 - Imagem da coleção Wonder, do estilista Belga Walter Van Beirendonck, inspirada na comunidade ursina.....	216
Figura 61 - Imagem da coleção Wonder, do estilista Belga Walter Van Beirendonck, inspirada na comunidade ursina.....	216
Figura 62 - Imagem da coleção Wonder, do estilista Belga Walter Van Beirendonck, inspirada na comunidade ursina.....	216
Figura 63 - Esquema criado para sintetizar a lógica de construção imagética do Urso recifense.....	221

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	ASPECTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA	18
1.1.1	etnografia	18
1.1.2	entrevista compreensiva	21
1.1.3	análise de conteúdo	24
2	MODA, CULTURA MATERIAL E PROCESSOS DE IDENTIFICAÇÃO	28
2.1	OS USOS DA MODA	35
2.2	PROCESSOS DE IDENTIFICAÇÃO E PERFORMATIVIDADE URSINA	43
3	HISTÓRIA DA MODA MASCULINA HÉTERO E HOMOSSEXUAL	57
3.1	MODA E HOMOSSEXUALIDADE	68
3.2	A IMAGEM EFEMINADA	76
3.3	GAY E “INVISÍVEL”	78
3.4	“CLONES” E O ESTEREÓTIPO MASCULINO	79
4	URSOS URBANOS	85
4.1	QUEM SÃO	86
4.2	SURGIMENTO E EXPANSÃO: OS URSOS NOS ANOS 80 E 90	91
4.3	OS URSOS NO BRASIL	96
4.4	CLASSIFICAÇÕES URSINAS	98
4.5	BANDEIRAS, SÍMBOLOS E PRODUTOS URSINOS	101
5	CAMPO: OBSERVAÇÕES E DISCUSSÕES	106
5.1	1º MOMENTO: A IMPORTÂNCIA DE HENRIQUE À PESQUISA	110
5.2	2º MOMENTO: INCURSÕES À BEAR CELEBRATION	118
5.3	UMA ESTRANHA NA “TOCA” (RECIFE, 8 DE AGOSTO DE 2015)	119
5.3.1	nem tão amistoso assim - recife, 9 de abril de 2016 (edição trucker bear)	127
5.3.2	sem muitas descobertas - recife, 08 de outubro de 2016	137
5.4	3º MOMENTO: ENTREVISTAS E ANÁLISES	139
5.4.1	violência e performatividade ursina	146
5.4.2	espaços de celebração e ritos de adesão ursinos	162

5.4.2.1	<i>classificações ursinas, artefatos de moda e héxis corporal no ritual de aceitação</i>	162
5.4.2.2	<i>espaços de celebração</i>	164
5.4.2.3	<i>ritos de iniciação</i>	171
5.4.3	1.1.1 entre o corpo e o artefato	176
5.4.3.1	<i>corpo: peso e pelos</i>	181
5.4.3.2	<i>o artefato como extensão</i>	188
6	RESULTADOS	218
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	223
	REFERÊNCIAS	226
	APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTAS	231

1 INTRODUÇÃO

Era ano de 2009, eu estava na fase final de meu mestrado quando decidi dar uma volta com Tiaggo (um amigo que já não se encontra mais neste plano). Depois de um dia agitado, ele sugere irmos à Boate Metrópole, point LGBTQ da cidade do Recife. Aceitei e de pronto ele afirma ter que passar em casa para se arrumar. Falei que também precisava, afinal trajava uma minissaia jeans, uma camiseta básica e uma sandália rasteira – nada muito glamouroso para uma balada noturna. Recebi uma negativa de meu amigo, que afirmou que por eu ser uma mulher hétero, pouco importava a roupa que estivesse utilizando, mas que no caso dele a aparência seria importantíssima frente aos seus pares. Isso nunca me saiu da cabeça. Afinal, qual seria a relação da comunidade LGBTQ com a indumentária? Que tipo de códigos visuais compartilhavam que fazia com que sua estética devesse estar impecável e a minha não? Foi com isto em mente que iniciei uma jornada que teve como resultado final esta tese.

Findo o mestrado, viajo para estudar uma especialização em Portugal, ainda sem um objeto de estudo específico, quando tenho um encontro de orientação com o Professor Vítor Ferreira, do ICS-UL (Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa), que me apresentou à comunidade ursina. “Eles se parecem com qualquer pai de família heterossexual português: são gordos, possuem barba, corpo peludo...”, falou-me. Era tudo muito novo para mim: os estudos em ciências sociais, subculturas homoafetivas... Neste momento percebi que minha jornada seria longa, mas repleta de aprendizados.

Pesquisei o que seriam Ursos ou Bears, e encontrei definições que afirmam ser o grupo uma comunidade de homens maduros, grandes, gays, peludos e hipermasculinos, que se interessam afetiva e sexualmente por homens com as mesmas características. Trata-se de uma subcultura que teve sua origem na cidade de São Francisco, nos Estados Unidos, em virtude de sentirem-se estigmatizados pela cultura LGBTQ dominante, na qual existe uma valorização de corpos magros, musculosos, sem pelos e repletos de juventude (os chamados gays *Twink* ou *Barbies*). Os Ursos desenvolveram uma comunidade que focava em reverter o apagamento vivido pelo não pertencimento aos padrões canônicos vigentes,

focando numa ressignificação da gordura, dos pelos e da maturidade (MARMOLEJO, 2004; HENNEN, 2008; DOMINGOS, 2010).

Para performar esta masculinidade, passaram a fazer uso de objetos de moda e indumentária específicos, como camisas xadrez de flanela, calças jeans etc. Em resumo, de todo artefato que lhes conferisse a imagem estereotipada de um homem rústico. Mesmo sendo cosmopolitas, veem na imagem do lenhador aquilo que acreditavam ser a virilidade “original”, e por isso a copiavam.

Com a ajuda da web, foram promovidos vários fóruns, chats, concursos de beleza e “bearcontros” e foi assim que este estilo de vida se propagou. Espalhando-se rapidamente por todo o mundo, chegou ao Brasil e teve nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro o maior número de adeptos (MARMOLEJO, 2004; HENNEN, 2008; DOMINGOS, 2010).

Foi assim que, já de volta ao Brasil, optei por permanecer investigando a relação da comunidade LGBTQ com sua indumentária, desta vez focando na comunidade ursina, recifense.

O vestuário é uma mídia expressiva, como afirma McCracken (2003); e é uma unanimidade dentre os aficionados pela moda sua potencialidade de expressar aspectos interiores de seus usuários. Trata-se da representação de um mundo social, pautado por relações de diversas ordens.

Noções de gênero, classe, faixa etária, gostos podem ser vislumbrados a partir da observação dos artefatos. Em se tratando de objetos de moda e de indumentária, estes elementos ficam mais visíveis, uma vez que agem como uma extensão do corpo de seus usuários, atuando como reveladores de seus processos identitários.

Assim, do mundo culturalmente construído, os significados são transferidos para os bens, e conseqüentemente para seus usuários. Segundo McCracken (2003), há três localizações para o significado: o mundo culturalmente construído, o bem de consumo e o consumidor individual. Trata-se de uma relação cíclica e de codependência, na qual se entende que a partir de uma estrutura social, o bem é imbuído de significados que, assim, são repassados para os seus usuários.

É no universo da experiência cotidiana, da cultura, que são segmentadas as categorias culturais onde repousam as distinções de classe, gênero, faixa etária,

ocupação, etc. McCracken (2003, p. 103) afirma que “os objetos contribuem, assim, para a construção do mundo culturalmente construído, precisamente porque são um registro vital e visível do significado cultural que seria, de outro modo, intangível”.

Os bens de consumo contribuem com a natureza performativa de seus usuários. É a partir da leitura que estes fazem do mundo, e dos seus processos de identificação, que os artefatos dão forma àqueles que deles fazem uso. É a partir da fruição destes objetos que a ritualidade se confirma e toma forma.

O sistema de moda possui certa capacidade de tomar novos estilos de adornar o corpo ou a casa, associando-os às categorias ou princípios culturais estabelecidos. Diz-se, também, que possui a capacidade de inventar, modestamente, novos significados culturais, a partir de “líderes de opinião”. Os significados dos bens de consumo são transferidos para o consumidor, transformando-se numa ação simbólica ou ritual, que nada mais são que “manipulações do significado cultural para propósitos de comunicação e categorização coletiva e individual” (MCCRACKEN, 2003, p. 114).

Foi entendendo a complexidade da relação existente entre o significado dos bens de consumo, estruturas sociais e o público consumidor que esta investigação tomou forma. Sempre tive um imenso apreço pelas complexidades humanas nos âmbitos social e cultural. Como designer, não poderia deixar de relacioná-las aos objetos e artefatos.

Tendo como objetivo geral a análise de como se dá o processo de comunicação e mediação social dos artefatos de moda (vestimenta e acessórios) no subgrupo homoerótico bear recifense, especialmente nos últimos 10 anos, esta investigação possuiu como objetivos específicos

- A. A contextualização histórica e cultural do subgrupo bear recifense, bem como o modo como se deu a construção de sua masculinidade e processos de identificação de gênero.
- B. A percepção de quais são as condicionantes sociais, políticas, econômicas e culturais que caracterizam os *bears* recifenses.

- C. A identificação de como se estabelece o processo de consumo e de mediação simbólica exercida pelos artefatos de moda contexto do subgrupo ursino recifense.
- D. A compreensão dos processos de representação social estabelecidos pela indumentária a partir da relação existente entre corpo, vestuário e performatividade.

Foi a partir das hipóteses de que [1] a indumentária e a produção corporal dos Ursos fazem com que sua homoafetividade seja confundida com uma heteronormatividade, já que não compartilham dos estereótipos homossexuais historicamente construídos e estabelecidos; e [2] que as condicionantes regionais (herança patriarcal, relações com outras subculturas homoafetivas) contribuem para que os Ursos recifenses apresentem uma forma própria e particular de se produzir, diferindo-se das características gerais conhecidas mundialmente sobre o que caracteriza um Urso, que esta investigação se iniciou.

Assim, este documento foi dividido em duas partes: a primeira conta com o referencial teórico; a segunda, com os procedimentos e os resultados obtidos com a pesquisa de campo e entrevistas realizadas na Bear Celebration (festa com frequência mensal destinada aos Ursos da cidade do Recife) e com Ursos da cidade do Recife.

No capítulo 2 desenvolve-se a relação da moda com os processos de identificação, seus usos e relação com as temáticas de gênero e performatividade. A partir dos pressupostos da cultura material (Miller, 2013; 2007; 2001; Douglas & Isherwood, 2006; McCracken, 2003), apresentam-se os artefatos de moda como partes importantes da construção dos processos identitários de seus consumidores, compreendendo que esta relação existe a partir de uma estrutura social rígida (BOURDIEU, 2012), que pauta as noções de performatividade dos gêneros (BUTLER, 2015), e que faz com que se reprima com violência física e/ou simbólica aqueles que ou sejam detentores de gêneros abjetos, ou que ocupem um lugar de dominado diante da lógica social vigente.

O capítulo 3 apresenta um resgate histórico da moda masculina hetero e homossexual (dentro de uma visão eurocêntrica). Utilizando as investigações desenvolvidas por Steele (2013), Cole (2010; 2013), Craik (2005), Mora (2007) e

Crane (2007; 2006), apresentam-se os diversos estereótipos apresentados pela mídia para o público heterossexual masculino, como também as diversas possibilidades de ser dos homens homossexuais ao longo da história, desde a imagem do efeminado, passando pela invisibilidade, chegando ao *butch* para, no próximo capítulo, tratar especificamente dos Ursos.

Os Ursos urbanos são apresentados no capítulo 4. Por meio das investigações de Marmolejo (2004), Hennen (2008) e Domingos (2010), contextualiza-se a subcultura ursina pelo mundo, seu surgimento, suas classificações nativas, sua relação com alguns objetos de consumo. Trata-se de uma apresentação geral para que se possa, na segunda parte, exibir a subcultura ursina na cidade do Recife, seus membros e suas relações com o vestir e sua sexualidade.

Contida na segunda parte deste documento, o capítulo 5 conta com três momentos da pesquisa de campo que se tornaram estratégicos para que se chegasse ao resultado final desta investigação. O primeiro apresenta a importância de Henrique, informante que, de modo generoso e afetivo, compartilhou as informações das quais tinha conhecimento sobre a subcultura ursina local. Também foi responsável por minha apresentação ao universo ursino recifense, me acompanhado à minha primeira Bear Celebration e apresentando-me aos seus colegas. No segundo momento, apresento as incursões à Bear Celebration, minhas impressões, observações e insights. O terceiro momento, por sua vez, trata das entrevistas realizadas com 6 Ursos da cidade do Recife, e das análises desenvolvidas a partir daí. Neste momento há o cruzamento dos achados com os conceitos dos autores abordados no referencial teórico. Cabe frisar que os nomes de todos os informantes foram trocados (e seus rostos “apagados”) de modo a preservar suas identidades.

Ainda no tocante às análises, apresenta-se a violência sofrida pelos ursos investigados e a sua relação com a performance ursina; os processos de identificação ursinos e seus ritos de adesão; e sua relação com o corpo e com os artefatos da indumentária corporal, apresentando-se este como uma extensão da identidade dos membros da comunidade ursina abordada. No capítulo 6 encontra-se uma súmula dos resultados obtidos, e no 7 as considerações finais (apresentando possíveis investigações que podem ser realizadas sobre o tema).

A seguir, serão apresentados os aspectos metodológicos da pesquisa: as técnicas utilizadas para coleta e análise dos dados.

1.1 ASPECTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Uma vez que se tem como problemática central desta tese uma discussão sobre como se dá o processo de produção corporal para que os Ursos se identifiquem entre si e se diferenciem não apenas de outros grupos homoeróticos, como também de heterossexuais, a pesquisa de campo foi viabilizada a partir do uso do método etnográfico, operacionalizado a partir do registro de observações de campo e da entrevista compreensiva, utilizando da análise de conteúdo para o tratamento dos dados obtidos.

Como se trata de investigação sobre a relação de pessoas com artefatos de moda e design, tivemos em conta que as imagens (dos indivíduos enquanto idealizações de si e materializadas nas composições de vestuário veiculadas na internet por meio de fotografias) ocupam lugar de destaque nesta investigação. Desta maneira, à medida que fomos nos aprofundando no campo, como será melhor descrito futuramente, também foram sendo colhidas imagens dos espaços de sociabilidade, lazer e flerte ursinos (em especial a festa Bear Celebration, que divulga em sua página de facebook fotografias de todas as suas edições e de seus frequentadores), e dos entrevistados e de suas redes sociais (autorizadas por todos¹). A pesquisa centrou-se em fazer o cruzamento do que foi dito e apreendido pelos informantes durante a realização da pesquisa etnográfica, com imagens divulgadas por/para Ursos da cidade do Recife.

O foco desta investigação está na materialidade e nos aspectos de cultura material, e na sua importância para a construção de processos de identificação ursinas.

1.1.1 etnografia

¹ Seguindo o TCLE (termo de consentimento livre e esclarecido) aprovado e autorizado pelo comitê de ética da UFPE, as imagens dos rostos dos entrevistados foram desfocadas, de modo a manter sua identidade preservada.

Advinda da antropologia ocidental, etnografia costumava ser vista como descrição de uma comunidade ou cultura, frequentemente localizada distante do ocidente. Com o passar dos anos, o termo passou a ser tratado como uma integração entre a investigação empírica de primeira mão com a interpretação teórica e comparativa de organizações sociais e culturais (HAMMERSLEY & ATKINSON, 2007).

Atualmente, entretanto, observa-se que as discussões e debates desenvolvidos em torno desse modo de investigar tomaram outra forma. Têm sido centrados na maneira como o investigador conta a história, no modo como ele se relaciona com seu informante, sobretudo em contextos de investigação mais urbanas, como a citada por Magnani (2009), em seu artigo intitulado *Etnografia como prática e experiência*, sobretudo a partir da noção do conceito de *totalidade*, bem como sua prática.

Uma primeira representação de totalidade, como pressuposto da etnografia, é aquela fornecida pela clássica visão de uma comunidade em que os membros se conhecem, mantém relações face-a-face, estão ligados por padrões de troca interpessoais etc. [...]Uma segunda característica da totalidade como pressuposto da etnografia diz respeito à dupla face que apresenta: de um lado, a forma como é vivida pelos atores sociais e, de outro, como é percebida e descrita pelo investigador. [...]Assim, uma totalidade consistente em termos da etnografia é aquela que, experimentada e reconhecida pelos atores sociais, é identificada pelo investigador, podendo ser descrita em seus aspectos categoriais: para os primeiros, é o contexto da experiência, para o segundo, chave de inteligibilidade e princípio explicativo. Posto que não se pode contar com uma totalidade dada *a priori*, postula-se uma a ser construída a partir da experiência dos atores e com a ajuda de hipóteses de trabalho e escolhas teóricas, como condição para que se possa dizer algo mais que generalidades a respeito do objeto de estudo (MAGNANI, 2002, p 19-20).

Como afirma Magnani (2009, p. 135),

A etnografia é uma forma especial de operar em que o pesquisador entra em contato com o universo dos pesquisados e compartilha seu horizonte, não para permanecer lá ou mesmo para atestar a lógica de sua visão de mundo, mas para seguindo-os até onde seja possível, numa verdadeira relação de troca, comparar suas próprias teorias com as deles e assim tentar sair com um modelo novo de

entendimento ou, ao menos, com uma pista nova, não prevista anteriormente.

Ser capaz de observar e perceber as ações sociais, fruto de práticas realizadas a partir de diferentes atores e sua relação com os artefatos e consumo em sua complexa rede de interações trocas e conflitos, é de fundamental importância para a compreensão da subcultura homoafetiva a qual nos propusemos investigar.

Assim, a proposta é, como Magnani (2009) pontua, de praticar um olhar *de perto e de dentro*, a partir dos arranjos dos próprios atores sociais envolvidos na circunstância da investigação. É importante ressaltar que certos fatos resistem às explicações habituais e só vêm à luz a partir do confronto entre as ideias nativas e as teorias do investigador (PEIRANO, 1995).

Em termos de coleta de dados, a pesquisa etnográfica envolve a observação participante por parte do investigador na vida cotidiana dos investigados em um determinado período de tempo, tomando notas e ouvindo o que é dito e até realizando entrevistas formais e informais.

Por observação participante Minayo (2009, p. 70) define o processo o qual o investigador se coloca como parte observadora de uma investigação científica, estabelecendo um relacionamento direto com seus interlocutores no espaço social da pesquisa, fazendo parte do contexto de observação. Permite ao pesquisador a possibilidade de se colocar de maneira livre de julgamentos, uma vez que convive com a comunidade a ser estudada, inferindo questões que podem inicialmente se apresentar como irrelevantes, mas que num contexto macro, podem responder demandas ou hipóteses norteadoras da investigação.

Seu principal instrumento de investigação é o diário de campo,

que nada mais é que um caderninho, uma caderneta, ou um arquivo eletrônico no qual escrevemos todas as informações que não fazem parte do material formal de entrevistas em suas várias modalidades. Respondendo a uma pergunta freqüente, as informações escritas no diário de campo devem ser utilizadas pelo pesquisador quando vai fazer análise qualitativa (MINAYO, 2009, p. 71).

Hammersley & Atkinson (2007, p. 3) afirmam que o trabalho etnográfico possui como características:

A. As ações dos investigados são estudadas em contextos diários, mais até que em situações forjadas pelo investigador;

B. Os dados são obtidos através de uma variedade de fontes, incluindo evidência documental de diferentes ordens, observação participante ou até diálogos informais;

C. A coleta de dados é, na maioria das vezes, relativamente desestruturada por dois motivos: primeiro porque não envolve um roteiro fixo e detalhado sobre como iniciar o campo; segundo porque as categorias utilizadas para interpretar as ações e falas dos investigados não são construídas durante o processo investigativo, mas após o mesmo, durante a análise dos dados;

D. O foco geralmente está centrado em pequenos grupos, o que facilita a investigação;

E. A análise dos dados geralmente envolve a interpretação dos significados, funções, e de ações humanas e práticas institucionais, e sobre como implicam em contextos locais ou variados. O que é produzido, na maioria das vezes, são descrições verbais, explanações e teorias.

O papel do etnógrafo é investigar aspectos da vida dos grupos sociais, o que inclui perceber situações enfrentadas, o modo como solucionam embates, a maneira como se enxergam, como se referem uns aos outros etc. Nesses contextos, há ainda o papel que o investigador irá desempenhar nessas sociedades, ou seja, a negociação de espaço nesses grupos, o modo como será visto e recebido pelos *gatekeepers*, que são entendidos como pessoas que possuem o poder de permitir (facilitar) ou bloquear o acesso do investigador ao campo (HAMMERSLEY & ATKINSON, 2007).

1.1.2 entrevista compreensiva

Em paralelo e intrinsecamente ligada à atividade etnográfica, também foi realizada a entrevista que, segundo Ferreira (2014), é uma das técnicas em pesquisa qualitativa mais mobilizada no campo de estudo das ciências sociais, em diferentes formatos e mídias.

Teoricamente, para a realização do método de entrevista seria necessário apenas um gravador, audácia, empatia e habilidades de comunicação para a realização de perguntas preparadas previamente (ou, até mesmo, posteriormente), de modo a extrair informação que possibilitarão o vislumbre de hipóteses do material coletado.

Ferreira (2014), em seu texto *Artes e Manhas da Entrevista Compreensiva* afirma que é comum considerar-se o processo de realização de entrevistas como algo que demonstra uma atitude de *dureza mole*,

dureza relativa ao formato estandardizado que a aplicação da entrevista tende a assumir de entrevistado para entrevistado, cega às idiosincrasias narrativas e culturais deste; *mole* na reflexividade teórica e epistemológica que subjaz à escolha da própria técnica em função do objeto de estudo definido, bem como na reflexividade sobre os efeitos de toda dinâmica social implicada no decurso de qualquer entrevista. (FERREIRA, 2014, p. 980).

Assim, adotamos efetivamente na pesquisa de campo a **entrevista compreensiva**, trabalhada por Ferreira (2014, p.120) no supracitado artigo, a qual se caracteriza por técnica de coleta de dados qualitativos que articula formas tradicionais de entrevista semi-diretiva com técnicas de entrevista de natureza mais etnográfica. Trata-se de uma forma de superar certo “formalismo metodológico”.

O desafio proposto pela entrevista compreensiva presume uma aproximação mais pessoal; ao mesmo tempo, também cede lugar a um alto grau de formalização e sistematização, o que extrapola as barreiras das técnicas etnográficas para obtenção de dados. “A entrevista compreensiva procura produzir novas preposições teóricas, através de uma articulação estreita e contínua entre o processo de recolha de dados e o processo de formulação de hipóteses” (FERREIRA, 2014, p. 981).

Este modo de realizar entrevistas requer o uso do processo técnico e lógico de “**criativização**” do uso das entrevistas, não sendo mais postulada a aproximação neutra e impessoal de obtenção de informações. Ao contrário, o uso de composição social e discursiva, de **duas ou mais vozes** (que protagonizam um diálogo recíproco, em especial o entrevistador e do entrevistado), abre a possibilidade para que o **improviso** entre perguntas e respostas ocorra de maneira fluida. Deve-se compreender, entretanto, que não se trata de uma “forma anárquica” de improvisar, mas de um modo preparado, informado e sob controle do investigador.

Ferreira (2014, p. 982) afirma que um bom improviso requer conhecimento do entrevistador a respeito do tema a ser investigado ou questionado, planejamento (dos tópicos de interesse para os interlocutores), experiência (em conduzir a entrevista de modo a equilibrar coloquialismo e conforto) e, acima de tudo, a habilidade do investigador de colocar-se dialogicamente frente ao ponto de vista do entrevistado. “Ou seja, como se argumentará, a ‘boa resposta’ é a que resulta do sucesso de um exercício criativo de composição improvisada”.

Outra questão que merece destaque é que a mesma não se dá sob as condições de um experimento científico, cartesianamente, uma vez que não é possível, sendo praticamente impossível (e não recomendável), aplicar protocolos padrão para realização e controle da mesma.

A aplicação de um questionário não é o mesmo que a realização de uma entrevista, já que esta constrói um discurso e possibilita acesso a comentários repletos de valores, interpretações, contraposição de fatos. Um bom entrevistador sempre cria a situação em que o entrevistado possa produzir descrições que ultrapassem fenômenos superficiais, permitindo que, em muitos casos, este desenvolva no momento em questão uma autoanálise dos fatos tratados, sendo eles experiências vividas, reflexões, momentos dolorosos, sentimentos represados etc.

Trata-se de uma forma de trazer para a esfera pública experiências que estavam circunscritas na esfera privada (levando-se em consideração aspectos éticos de confidencialidade e anonimato quando solicitados). “A entrevista constitui uma situação social que implica uma injunção de reflexividade junto de quem é entrevistado” (FERREIRA, 2014, p. 985).

No contexto desta investigação, especificamente, optou-se, por questão de estilística e de representatividade, aplicar trechos das transcrições dos entrevistados na íntegra quando da apresentação das análises. Trata-se de uma maneira de dar-lhes voz, bem como de melhor explicar as conclusões a que foi possível chegar.

1.1.3 análise de conteúdo

A análise de conteúdo caracteriza-se por ser um método empírico que abarca um conjunto de técnicas de análise. De acordo com Bardin (2016, p. 37), “não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos”, e que pode ser aplicado ao vasto campo das comunicações. Como aponta a autora, também pode ser utilizado como um modo de “provar que os objetos da nossa vida cotidiana funcionam como uma linguagem; que o vestuário é mensagem, que nosso apartamento ‘fala’ etc.” (BARDIN, 2016, p. 38).

Para se iniciar o procedimento de análise de dados é preciso ter em conta a descrição de conteúdo das mensagens. Bardin (2016) reforça a necessidade de criação de categorias de fragmentação a partir de determinados critérios e regras para que a análise possa ser validada. Assim, crê que as categorias devam ser homogêneas, exaustivas (esgotando a totalidade do texto), exclusivas (mantendo cada elemento em sua aba de classificação, sem misturá-los) e adaptadas ao conteúdo e objetivo da investigação – as quais, neste documento, resultaram em 3 blocos discursivos de análise. As mesmas, quando bem trabalhadas, contribuem para a compreensão de dinâmicas socioculturais – nosso objetivo com esta investigação.

A análise de conteúdo utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, e se interessa não apenas na descrição dos conteúdos, mas no que estes poderão trazer à tona após o devido tratamento. Objetiva, assim, a “inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)” (BARDIN, 2016, p. 44).

Ainda de acordo com a autora, essas inferências (ou deduções lógicas) podem trazer respostas a questões como:

- O que levou a determinado enunciado? No caso desta investigação, em especial, a pergunta seria “o que levou os entrevistados a fazerem uso de determinados artefatos de moda e/ou produção corporal?”
- Quais as consequências que tal enunciado vai provocar? No caso, “quais as consequências da escolha de certos elementos de moda e de indumentária? Como os Ursos recifenses acreditam ser lidos? Há consonância com o modo como se veem entre outros membros ursinos? E entre o público heteronormativo?”

Este método de análise considera as condições de produção para que tais mensagens possam ser inferidas pelo avaliador. Ou seja, leva-se em conta as variáveis psicológicas, sociológicas e culturais, relativas ao contexto e situação de comunicação da mensagem.

Em seu livro *Análise de Conteúdo*, Bardin (2016) apresenta alguns exemplos que considera representativos daquilo que se pode por em prática no campo da psicologia e sociologia. Interessa-nos, em especial, o capítulo que se destina a apresentar a análise de entrevistas, uma vez que necessitávamos de uma orientação ao modo como deveriam ser tratadas as entrevistas realizadas com os Ursos da cidade do Recife.

Orienta que, inicialmente, as entrevistas devem ser transcritas integralmente, o que inclui hesitações, risos, silêncios e os estímulos feitos pelo entrevistador ao entrevistado. Deve-se ter em conta que ocorre uma “encenação livre daquilo que esta pessoa viveu, sentiu e pensou a propósito de alguma coisa” (BARDIN, 2016, p. 93).

A principal dificuldade da análise de entrevistas de inquérito deve-se a um *paradoxo*. De forma geral, o analista confronta-se com um conjunto de “x” entrevistas, e o seu objetivo final é poder inferir algo, por meio dessas palavras, a propósito de uma realidade (seja de natureza psicológica, sociológica, histórica, pedagógica...) representativa de uma população de indivíduos ou de um grupo social. Mas ele encontra também – e isto é particularmente visível com entrevistas – *peças* em sua unicidade. Como preservar “a equação particular do indivíduo”, enquanto se faz a síntese da totalidade do dados verbais proveniente da amostra das pessoas

interrogadas? Ou então, como diz Michelat, como “utilizar a singularidade individual para alcançar o social”? (BARDIN, 2016, p. 94).

Sendo assim, são propostos dois níveis de análise, que consideramos pertinentes: decifração estrutural e a transversalidade temática. O primeiro necessita de certa dose de empatia para ser posto em prática, uma vez que se faz uma abstração de si próprio e das entrevistas previamente realizadas. A segunda, por sua vez, consiste em procurar a estruturação específica, a dinâmica pessoal que rege o processo mental do entrevistado, ou seja, observar as repetições temáticas apesar do modo como as histórias são contadas pelos diversos informantes (BARDIN, 2016).

A organização da análise se dá a partir de 3 polos cronológicos:

- 1) **Pré-análise:** Fase da organização, correspondendo ao período de intuições objetivando tornar operacionais as ideias iniciais. Possui como missões a escolha dos documentos a serem analisados, a formulação de hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final. Assim, faz-se inicialmente uma leitura “flutuante” para, seguidamente, escolher os documentos (BARDIN, 2016). Foi durante esta fase, também, que foram colhidas fotografias para serem utilizadas paralelamente à análise das entrevistas analisadas.
- 2) **Exploração do material:** “o investigador busca encontrar categorias que são expressões ou palavras significativas em função das quais o conteúdo de uma fala será organizado” (CAVALCANTE ET AL, 2014, p. 16). Trata-se de classificar os elementos constitutivos de um conjunto. (BARDIN, 2016).
- 3) **Tratamento dos resultados, inferência e interpretação:** a partir da classificação e agregação dos dados, escolhem-se categorias teóricas ou empíricas que possibilitam a proposição de inferências e interpretações, que proporcionam novas dimensões teóricas e interpretativas sugeridas pela leitura do material (MINAYO, 2007, apud CAVALCANTE ET AL, 2014, p. 16). Tais categorias, apresentadas mais à frente, só foram possíveis de ser apreendidas à medida que fotografias dos espaços de sociabilidade ursinos,

seus membros, bem como os Ursos entrevistados foram trabalhadas em paralelo.

Tais polos, durante o processo de análise, geram quadros esquemáticos que possibilitam uma sistematização dos achados, de modo a categorizá-los, defini-los e exemplificá-los através da extração de trechos das entrevistas realizadas.

Nas páginas que se seguem será possível não só acompanhar a fundamentação teórica, como também as primeiras incursões e bate papos etnográficos – que descrevem como se deram nossas escolhas e estratégias.

2 MODA, CULTURA MATERIAL E PROCESSOS DE IDENTIFICAÇÃO

Quando nos propusemos a investigar a relação simbólica dos artefatos para com um grupo social específico, nos deparamos com diversas possibilidades de abordagens teóricas, em especial no tocante às relações de consumo.

Para este desafio, foi essencial adentrar o campo do consumo e suas abordagens investigativas, tendo Miller (2013; 2007; 2001), Douglas & Isherwood (2006) e McCracken (2003) ocupado um importante papel por sua perspectiva de investigação pautada na cultura material – a qual tenta compreender as razões as quais as pessoas consomem, bem como os espaços simbólicos ocupados pelos objetos de design em suas vidas.

De acordo com Miller (2007, p. 48),

uma das razões pelas quais a abordagem de cultura material sobre a casa e as posses tem sido tão influente é que ela demonstrou a extraordinária cegueira em relação ao consumo nas duas disciplinas mais responsáveis pela forma da nossa cultura material contemporânea – que são a arquitetura e o design. Na verdade, isso significou que as pessoas produziram o ambiente construído com muito pouca noção das consequências que aqueles objetos teriam para aqueles que os utilizavam, ou os processos pelos quais os consumidores poderiam tentar apropriar-se deles e transformá-los.

Ocupando a moda e indumentária² lugares fundamentais no nosso espaço social, agindo como um aspecto do comportamento humano que possibilita leituras sobre sociedades, seus gostos e seus aspectos valorativos, compreendemos que vale a pena aprofundarmos as questões acima pontuadas de modo a apresentar uma perspectiva diferente das até então abordadas, ou seja: deseja-se demonstrar o modo como os artefatos de moda para além de ferramentas, são elementos

² Segundo Caldas (2006, p. 214), por moda podemos compreender fenômenos de qualquer esfera social ou cultural. Relacionando-se ao vestuário, trata-se de um fenômeno que, por possuir um caráter dominante, transformou-se num “modelo acabado do consumo”, que se caracteriza por uma forma de produção e usufruto acelerados, aos moldes da obsolescência programada, num constante processo de renovação.

constitutivos do ser, ocupando uma função especial no tocante às noções de pertencimento das sociedades.

Assim como a cultura, o consumo também é dinâmico e desempenha um papel estruturador de valores na construção de processos de identificação e relações na sociedade. Como reforçam Douglas & Isherwood (2006), os objetos materiais além de fornecerem comida e abrigo, estabelecem e mantêm relações sociais: trata-se de um meio não verbal para a faculdade humana de criar.

Douglas & Isherwood (2006) e McCracken (2003) fazem uma menção importante aos rituais criados dentro da vida social, sendo eles “convenções que constituem definições públicas visíveis” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2006, p. 112). Viver sem eles é viver sem significados e memórias. É neste ponto que os autores apontam a importância dos bens materiais, uma vez que estes se constituem como elementos que fixam a pompa ritual, constituindo-se como acessórios. “O consumo é um processo ritual cuja função primária é dar sentido ao fluxo incompleto de acontecimentos” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2006, p. 112).

Assim, acreditamos que ao fazer a escolha por determinados artefatos de moda (leia-se camisas, calças, acessórios como óculos, relógios e até mesmo a própria construção do corpo como suporte: barba ou corpo sarado, por exemplo), os consumidores fazem uso de processos rituais³ (ainda que inconscientemente), assim como também contribuem para a construção de um estilo⁴ individual que, quando compartilhado pelo grupo, acaba tomando proporções maiores de identificação. Segundo McCracken (2003), o ritual age como uma importante ferramenta para a manipulação de significados culturais (que possuem o propósito de comunicação e categorização coletiva e individual).

Os símbolos são os instrumentos por excelência da “integração social”: enquanto instrumentos de conhecimento e de comunicação,

³ “Ritual é um sistema de comunicação simbólica culturalmente construído. É constituído por um conjunto sequencial de palavras e atos, frequentemente expressos em múltiplas mídias, cujos conteúdos e arrumações caracterizavam-se por variáveis graus de formalidade (convencionalismo), estereótipo (rigidez), condensação (fusão) e redundância (repetição)” (TAMBIAH, 1985, p, 128 apud PEIRANO, 2000) (tradução nossa).

⁴ Por Estilo entende-se mais que a forma de se vestir, trata-se de uma escolha pessoal que concentra preferências, desejos, humores, fantasias e que reverbera nas escolhas estéticas e comportamentais das pessoas (a exemplo de um corte de cabelo, “defeitos” que tornam a pessoa única, escolha de peças da indumentária etc.).

eles tornam possível o *consensus* acerca do sentido do mundo social que contribui fundamentalmente para a reprodução da ordem social: a integração “lógica” é a condição da integração “moral” (BOURDIEU, 2012b, p. 10).

Em sua manipulação de significado, o ritual pode ser usado para diversos fins. De acordo com McCracken (2003), e tendo a América do Norte como referência central para o consumo capitalista ocidental, esse processo se dá com o objetivo de transferir os significados dos bens para os indivíduos. Deste modo, presta-se ao serviço de algumas maneiras: rituais de troca, posse, arrumação e despojamento; “cada um deles representa um estágio diferente em um processo mais geral, através do qual o significado é movido do bem de consumo para o consumidor individual (MCCRACKEN, 2003, p. 114).

Vale frisar que, segundo o autor, os significados estão em constante trânsito, fluindo em diferentes direções do mundo social, com a ajuda de esforços individuais, ou ainda grupais, como o de designers, publicitários, consumidores etc. O significado parte de um mundo culturalmente construído (através da publicidade, design e sistema de moda) para o bem de consumo (através dos rituais), contribuindo para a construção de diversas identidades individuais e coletivas.

Desta forma, McCracken (2003) entende que os rituais de consumo agem como instrumentos de movimento do significado, em que:

- NO RITUAL DE TROCA, DURANTE AS TROCAS DE PRESENTES, OBJETIVA-SE QUE O RECEPTOR OBTENHA AS PROPRIEDADES SIMBÓLICAS QUE O ARTEFATO CONTÉM, POSSIBILITANDO A TRANSFERÊNCIA DE SIGNIFICADO;
- NO RITUAL DE POSSE EXISTE A TENTATIVA DE EXTRAÇÃO DAS QUALIDADES CONFERIDAS AO OBJETO PELA FORÇA DO MARKETING, TRANSFERINDO-AS PARA QUEM O POSSUI. “OS CONSUMIDORES SÃO CAPAZES DE UTILIZAR OS BENS COMO MARCADORES DE TEMPO, ESPAÇO E OCASIÃO, E DE RECORRER À SUA HABILIDADE DE DISCRIMINAR AS CATEGORIAS DE CLASSE, STATUS, GÊNERO, IDADE, OCUPAÇÃO E ESTILO DE VIDA” (MCCRACKEN, 2003, P. 116).
- NOS RITUAIS DE ARRUMAÇÃO, TEM-SE NO ATO DE “SE ARRUMAR PARA SAIR” UMA FORMA DE ADQUIRIR A “FORÇA” E A CONFIANÇA DO ARTEFATO PARA PASSAR PELO ESCRUTÍNIO PÚBLICO;
- E NO RITUAL DE DESPOJAMENTO HÁ A TENTATIVA DE APAGAMENTO DO SIGNIFICADO DE UM BEM QUANDO ESTE É PASSADO PARA UM NOVO DONO.

“Todos esses rituais são uma espécie de versão microscópica dos instrumentos de transferência de significado que os fazem movimentar-se no mundo dos bens. Cabe a eles transportar o significado dos bens para o consumidor” (MCCRACKEN, 2003, p. 119).

“O consumo usa os bens para tornar firme e visível um conjunto particular de julgamentos nos processos fluidos de classificar pessoas e eventos” (DOUGLAS &

ISHERWOOD, 2006, p. 115), sendo classificado como atividade ritual. Ainda de acordo com os autores, a escolha dos bens cria continuamente padrões de discriminação, constituindo, assim, a parte visível da cultura.

Dentro do tempo e do espaço disponíveis, o indivíduo usa o consumo para dizer alguma coisa sobre si mesmo, sua família, sua localidade, seja na cidade ou no campo, nas férias ou em casa. A espécie de afirmações que ele faz depende da espécie de universo que habita, afirmativo ou desafiador, talvez competitivo, mas não necessariamente. Ele pode conseguir, através das atividades de consumo, a concordância de outros consumidores para redefinir certos eventos tradicionalmente considerados menos importantes como mais importante e vice-versa (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2006, p. 116).

Os bens de consumo mais que meras mensagens, são o próprio sistema. De acordo com Douglas & Isherwood (2006, 121), “o significado está nas relações entre todos os bens”. Sendo assim, os mesmos marcam e assinam pessoas, instituições etc.

Nesta investigação, assim como Miller (2013), abandonaremos a ideia de que os artefatos (ou trecos, como prefere chamar o autor) drenam nossa humanidade. Para ele nós também somos trecos e, assim, a visão acadêmica de que são os artefatos que nos dão significado ou nos representam é posta de lado. Ao contrário, Miller (2013) reforça o argumento de que, em vez disso, eles nos criam.

Para Miller (2013, p. 22),

o problema da semiótica é que ela faz das roupas meros servos, cuja tarefa é representar o imperador – o sujeito humano. As roupas obedecem às nossas ordens e nos representam no mundo exterior. Em si mesmas, são criaturas sem valor, superficiais, de pouca consequência, simples trecos inanimados. É o imperador, o eu, que dá a elas dignidade, encanto e requinte. [...] Não existe nenhum eu interior. Nós não somos imperadores representados por roupas, pois, se removermos as roupas, não há nenhum cerne interior. As roupas não são superficiais, elas são o que faz de nós o que pensamos ser.

No capítulo “*Por que a indumentária não é algo superficial*”, do livro *Trecos, Troços e Coisas: Estudos Antropológicos Sobre a Cultura Material*, Miller (2013) chama a

atenção para o modo como as sociedades de Trinidad e Tobago, Índia e Londres estabelecem íntima relação com a roupa, e que esta é aprendida e dominada pelo indivíduo durante sua existência em sociedade. Na concepção trinitária, por exemplo, quem somos tem pouco a ver com a nossa constituição física “original” e biológica, mas muito mais com o tempo, dinheiro, discernimento e atenção dispendidos para criar uma aparência, sendo esta, fruto de muito esforço.

Sendo assim, torna-se importante, durante uma investigação sobre a relação dos indivíduos com sua indumentária, a percepção de sua vivência de um modo empático, ou seja, qual a sensação deste grupo ou pessoa ao utilizar tal peça de roupa, que tipo de sentimentos evoca, onde toca o corpo e por quê? (MILLER, 2013). Assim, a cultura material surge como uma “possibilidade de se desenvolver uma teoria das coisas *per se* que não se reduza às relações sociais” (MILLER, 2013, p. 76).

Na discussão proposta, os bens materiais são um cenário, e em sua existência discreta, imbuídos do que ele chama de a “**humildade das coisas**”. Sua importância se dá em virtude de passarem despercebidos seus usos ou de se colocarem enquanto periféricos à nossa visão, uma vez que são tão naturalmente fruídos que não necessitam ser “vistos”, já que encaramos sua existência como algo comum.

Ao adotar a perspectiva estruturalista⁵, Miller (2013, p. 83) utiliza a “teoria da prática” e a noção de *habitus* (de Bourdieu) para afirmar que “a lição da cultura material é que, quanto mais deixamos de notá-la, mais poderosa e determinante se mostra”.

Foi nesta perspectiva que o autor desenvolveu uma série de investigações que utilizaremos como base para compreender a relação da comunidade ursina recifense com sua roupa, e o modo como, junto aos acessórios e fatores de ordem simbólica, contribuem para a formação dos processos de identificação do grupo.

⁵ “A ideia central do estruturalismo era que não deveríamos encarar as entidades isoladamente: uma escrivaninha, uma mesa de jantar, uma mesa de cozinha. Em vez disso, deveríamos começar da relação existente entre as coisas. O que estamos preparados para aceitar como mesa de jantar depende, em grande parte, do ponto em que, caso fosse um pouco menor, ela passa a parecer uma mesa de cozinha. Ambos os objetos, e as palavras que usamos para designá-los obtêm sua definição por contraste com o que não são e pelo que são. Como tal, o estruturalismo punha foco na relação entre coisas, e não nas próprias coisas” (MILLER, 2013, p. 80).

No artigo *Fashion and Anxiety*, publicado no periódico *Fashion Theory*, Clarke & Miller (2002) consideram que a escolha das roupas é fruto do contexto social, e que vai além da tensão proposta por Simmel (1997 apud CLARKE & MILLER, 2015) entre criatividade e conformidade. Sua abordagem é interessante pois investiga a moda para além do resultado de seu próprio sistema de produção, mas sim como o resultado de forças que influenciam os consumidores a se comportar de maneira diferente aos interesses comerciais preconizados por este sistema.

Nesta investigação nos chama atenção o fato dos autores acreditarem que um dos fatores que contribuem para o consumo de moda tem a ver com a ansiedade por medo de um embaraço social. Desta maneira, assim como os autores acreditaram que o gosto e interesse de consumo por certos artefatos de moda se dá em virtude de um contexto social, mais que individual, também acreditamos que para os Ursos recifenses o consumo de moda ocorre como consequência de seu contexto social, ocupando um espaço central na construção dos processos de identificação de seus membros.

Da mesma forma que o senso de aprovação permeia as mulheres londrinas⁶ investigadas por Miller (2013), este sentido também está presente nos membros ursinos com os quais tivemos a oportunidade de estar e observar.

Cultura material aqui constitui parte de um vasto arranjo de objetos que incluem a realidade de outras pessoas e da imagem fantasiada dessas pessoas como “objetos internos”. [...] Ainda, apesar da imensa confiança sobre estilo, tal conhecimento não diz exatamente o que a pessoa “gosta”, porque para saber o que um usuário quer numa relação com outros, e como esses outros irão reagir ao que está sendo feito, é necessário mais que uma de representação de um conhecimento sobre possíveis alcances⁷ (CLARKE & MILLER, 2015, p. 197).

⁶ Nesta investigação, em especial, Miller apresenta o processo de ansiedade por que mulheres londrinas de diferentes faixas etárias e estilos passam no momento de adquirir e fazer uso de peças da indumentária. Para o autor, existe o medo do embaraço social em virtude da escolha das peças erradas.

⁷ “Material Culture here becomes part of a largely array of objects that include the actuality of other persons and the fantasized image of those persons as ‘internal objects’. [...] Yet, despite this immense confidence in knowing about style, such knowledge does not in and of itself tell her what she ‘likes’, because to know what one likes is knowing who one wants to be in relation to others, and how others will react to what you are doing, not merely a knowledge about what the possible range is” (CLARKE & MILLER, 2002, p. 197)

Creemos, assim como os autores, que os gostos e os desejos do consumidor estão diretamente relacionados ao modo como outras pessoas irão avaliar suas escolhas.

O mesmo ocorre com os processos de decoração de casas, que são imbuídos de diversos significados. Segundo Miller (2001), constitui-se enquanto processo de aspiração social, ultrapassando os limites da articulação do capital cultural preconizado por Bourdieu (1979 apud MILLER, 2001), mas em termos de ambições e projeções de relações sociais ideais.

Assim como o ato de decorar casas requer a negação ou afirmação de valores culturais, sociais, estéticos e técnicos tradicionais e contemporâneos, o mesmo ocorre com os processos de construção/decoração do corpo. Desta maneira, vale a pena questionar-se as razões a curto e longo prazo para o consumo e fruição dos produtos de moda e indumentária, em especial na comunidade ursina, suas noções de sociabilidade (flerte, por exemplo) e negociações existentes para a construção de seus processos de identificação.

Esta elaboração possui o propósito de apontar ao leitor a importância que o artefato (de moda, especificamente) possui nesta investigação, deixando claro que ele não atua como elemento acessório, mas como parte integrante da formação do processo de identificação de toda uma subcultura. Como poderá ser observado mais à frente, o uso de certas modelagens, texturas, cores, tecidos se dá de modo estratégico, o que confere ao seu usuário não apenas a oportunidade de participar de espaços de sociabilidade ursinos, como também dos aspectos rituais de convivência social.

2.1 OS USOS DA MODA

Estabelecer diálogos sobre moda pressupõe que se compreenda a mesma como um meio bastante fértil para o vislumbre das diversas nuances de uma sociedade: suas especificidades no tocante às relações interpessoais, nos modos de se posicionar no que tange aos aspectos de classe social, gênero, étnicos, ou ainda, a uma relação direta entre moda, processos de identificação e comunicação. No caso desta pesquisa, as questões relativas à identidade masculina (CRANE, 2007, 2006; MORA, 2007) especialmente nos chamam a atenção.

Em minhas buscas, entretanto, foi possível observar certa defasagem nas investigações voltadas ao campo do design de moda, em especial quando este se relaciona aos processos de identificação. Deste modo, acreditamos haver lacunas no tocante às discussões sobre modos de vislumbrar a indumentária e o vestuário para delimitação de espaços e vivências de diversos grupos sociais.

Este capítulo desenvolve um diálogo que objetiva melhor elucidar os processos identitários, demonstrando a maneira como a moda pode se mostrar um importante constituinte das diferentes subculturas presentes na sociedade.

Nosso objetivo é o de poder criar um terreno favorável a uma imersão do que seriam as representações de masculinidade e os processos de identificação de homens através do vestuário e produção corporal para, em seguida, poder trabalhar mais especificamente com o que seria uma “moda homossexual”.

Com essa estrutura, pretende-se contextualizar a dinâmica dos artefatos de moda, apresentando a maneira como se inserem nas diversas subculturas enquanto mediadores simbólicos, possibilitando que atuem como importantes demarcadores sociais.

Entende-se subculturas por grupos de “reflexividade endógena e crítica dentro do mundo social” (FERREIRA, 2007, p. 158), no qual as pessoas localizadas nesses espaços sociais se apropriam e controlam recursos que ficaram às margens das agendas políticas e econômicas oficiais. Segundo Ferreira (2007, p. 159), tais grupos desenvolveram “modalidades experimentais alternativas às modalidades dominantes de aparência, de lazer, de residência, de vida comum, de conjugalidade, de profissionalização até, exaltantes de valores hedonistas e individualistas, de ludicidade, autenticidade e de expressão e realização individual”. No contexto dessa investigação, subcultura será lido como grupos de pessoas inseridos na cultura (em seu aspecto mais amplo), mas que compartilham de vocabulários, formas de viver e vestir-se, estilos de vida que lhes são próprios.

Por mediador simbólico denominamos as habilidades inerentes aos bens de consumo de classificar e hierarquizar pessoas e situações baseados nos elementos culturais da sociedade em que estão inseridos.

O conceito de identidade pode ser definido por diversas correntes das ciências sociais. De acordo com Cuche (1999, p. 175), as grandes dúvidas e problematizações relacionadas ao tema voltam-se quase que diretamente ao conceito de cultura, uma vez que, segundo o autor, “há o desejo de se ver cultura em tudo, de encontrar identidade em todos”.

No capítulo *Cultura e Identidade* do livro *A Noção de Cultura nas Ciências Sociais*, o autor apresenta as diversas concepções pelas quais o tema pode ser abordado, definindo a perspectiva relacional como aquela com a qual desenvolve seu argumento central – a ser tratada mais à frente.

Afirma que “a cultura pode existir sem consciência de identidade, ao passo que as estratégias de identidade podem manipular e até modificar uma cultura” (CUCHE, 1999, p. 176). Para o autor, o conceito de identidade remete à identidade social, uma vez que a mesma se caracteriza por vincular a identidade de um indivíduo com o sistema social, ou seja, a uma classe social, sexual, de faixa etária, de nação etc.

Todo grupo é dotado de uma identidade que corresponde à sua definição social, definição que permite situá-lo no conjunto social. A identidade social é ao mesmo tempo inclusão e exclusão: ela identifica o grupo (são membros do grupo os que são idênticos sob um certo ponto de vista) e o distingue dos outros grupos (cujos membros são diferentes dos primeiros sob o mesmo ponto de vista). Nesta perspectiva, a identidade cultural aparece como uma modalidade de categorização da distinção nós/eles, baseada na diferença cultural (CUCHE, 1999, p. 177).

Deve-se ter cuidado como a visão objetivista do conceito de identidade, uma vez que esta pode abranger, por exemplo uma abordagem culturalista, no qual ao invés da herança biológica, a herança cultural é pontuada como determinante para o processo de interiorização feito pelos indivíduos. A identidade passa a ser definida como preexistente aos indivíduos, ou seja, como pontua o autor “toda identidade cultural é vista como consubstancial com uma cultura particular” (CUCHE, 1999, p. 179).

Concordamos com Cuche (1999) quando ele afirma que a construção da identidade se faz no interior dos contextos sociais que culminam por determinar a posição de

seus agentes, orientando suas representações e escolhas. A lógica dos processos de identificação se dá a partir de uma dinâmica de oposição entre grupos sociais. Sobre este pensamento o autor aponta:

A identidade é um modo de categorização utilizado pelos grupos para organizar suas trocas. Também, para definir a identidade de um grupo, o importante não é inventariar seus traços culturais distintivos, mas localizar aqueles que são utilizados pelos membros do grupo para afirmar e manter uma distinção cultural (CUCHE, 1999, p. 182).

Cuche (1999) sugere, portanto, que não é possível a produção de uma identidade cultural que venha “do nada”, uma vez que esta é resultado da interação entre grupos e de seus critérios de diferenciação. As noções de identidade se dão a partir da afirmação e da identificação de traços culturais semelhantes e distintos por parte de indivíduos e grupos, que passam constantemente pelo processo de construção e reconstrução, uma vez que a dinâmica de vida social também está em constante movimento.

Deste modo, enfatiza que a identificação interior existe a partir de uma situação relacional externa, no qual a importância do conceito de “alteridade” encontra espaço central. Trata-se de um processo de concessão e negociação, como afirma Cuche (1999), entre a “auto identidade” e a “hetero identidade ou exo identidade⁸”, no qual a primeira se caracteriza pelo modo como o indivíduo se vê, e a segunda pelo modo como os “outros” o veem.

Vale ressaltar que a hetero identidade está diretamente ligada à dimensão cultural hegemônica presentes nas diversas sociedades. No contexto da presente pesquisa relaciona-se a noções de gênero e sexualidade, e ao modo como o homossexual (e as diversas formas de viver a masculinidade) são vistos como ininteligíveis⁹.

A auto identidade poderá ter maior ou menor influência que a hetero identidade em determinado contexto, a depender de como se dá a situação relacional entre as partes, ou seja, sua relação de forças (inclusive as simbólicas). Quando a hetero identidade assume um status maior e mais elevado, a relação que se aplica normalmente é de estigmatização, ou seja, uma identificação negativa.

⁸ Que nada tem a ver com heterossexualidade.

⁹ “Gêneros inteligíveis” são aqueles que, em certo sentido, instituem e mantêm relações de coerência e continuidade entre sexo, gênero, prática sexual e desejo (BUTLER, 2015, p. 43).

Vê-se, então, que as adesões identitárias nada mais são que frutos de uma dinâmica de lutas. Devendo-se frisar, entretanto, que nem todos os grupos possuem “o mesmo poder de identificação”, uma vez que este poder está na dependência da posição específica ocupada por um indivíduo ou por uma representação de seu grupo no sistema de relação que liga os grupos (CUCHE, 1999, p. 186).

Cuche (1999) cita Bourdieu e seu artigo “A identidade e a Representação”, de 1980, no qual este afirma que só aqueles que possuem autoridade legítima, conferida pelo poder oriundo de seus capitais, podem impor suas definições de si mesmo e dos outros à legitimação por um campo simbólico mais amplo. Para Bourdieu (2012b), a cultura dominante contribui para uma real integração da classe dominante e para a legitimação da ordem estabelecida por meio do estabelecimento de distinções e hierarquias.

O conjunto das definições de identidade funciona como um sistema de classificação que fixa as respectivas posições de cada grupo. A autoridade legítima tem o poder simbólico de fazer reconhecer como fundamentadas as suas categorias de representação da realidade social e seus próprios princípios de divisão do mundo social. Por isso mesmo, esta autoridade pode fazer e desfazer os grupos (CUCHE, 1999, p. 186).

Por poder simbólico entende-se o poder de construção da realidade que pressupõe um conformismo lógico, que torna possível uma concepção homogênea do tempo, de espaço etc., tornando possível a concordância entre diferentes inteligências, (BOUDIEU, 2012b).

Frisamos aqui o caráter sincrético da identidade (entendendo-a nesta pesquisa como processos de auto identificação), uma vez que a mesma se dá a partir de diversas vinculações sociais (sexo, idade, etnia, grupo cultural, classe social etc.) na qual “o indivíduo que faz parte de várias culturas fabrica sua própria identidade fazendo uma síntese original a partir destes diferentes materiais” (CUCHE, 1999, p. 193). Assim, cada indivíduo deve possuir a consciência de que faz parte de

contextos identitários variáveis, uma vez que a situação relacional está sempre presente¹⁰.

Para Cucho (1999), toda identificação é ao mesmo tempo diferenciação. O autor utiliza Barth para frisar a importância dos limites do “eles” e “nós”, que nada mais são que demarcadores de fronteiras. Tais elementos demarcatórios são estabelecidos a partir do compromisso entre como outros grupos querem lhe marcar e como você pretende se designar (compreendendo-se essas fronteiras como sociais e simbólicas).

Muitas são as formas de demarcar identidades, na qual a adesão aos padrões de moda se apresenta estrategicamente. De acordo com Crane (2007), que explora em sua pesquisa as dinâmicas norte-americana e francesa para salientar aspectos sociais da identidade na construção dos guarda roupas das pessoas em contextos de trabalho e lazer, a moda pode ser definida de muitas maneiras; sua relação com a identidade social passou por um processo de mudança com o passar dos séculos, especialmente no século XX.

Crane (2007) opta por categorizar a diferença entre o que chama de moda e moda passageira, uma vez que afirma existirem muitos debates e pequenas confusões sobre o significado e abrangência de cada uma destas expressões.

Referindo-se ao substrato mais tradicional da moda, afirma que por moda compreende-se o conjunto de normas e códigos que constituem estilos reconhecíveis em qualquer dado momento, estando sujeitas a pequenas revisões e modificações (em geral) periodicamente. As modas passageiras, por sua vez, afetam elementos específicos, que se tornam bastante populares por certo tempo e que depois acabam por desaparecer. As modas passageiras, como é possível apreender, são muito mais efêmeras que a moda, devendo-se ter claro que existe uma relação, mesmo que mínima, entre elas.

Embora haja diversas formas de analisar os processos de moda – seja como processos imitativos; a partir das dinâmicas das classes sociais; ou ainda a partir da

¹⁰ Deste modo, em caráter de exemplo, posso me colocar dentro dos seguintes espaços categoriais: gênero feminino, cisgênera, negra, classe média, heterossexual etc., que são demarcados de modos diversos.

teoria do capital cultural - nos ateremos à definição de que a moda expressa aspectos muitos centrais às identidades sociais, e que não estão vinculadas apenas às classes sociais (CRANE, 2007, p.313). E esta dimensão do fenômeno que a autora nomeia como “moda” expressa relações entre geração, gênero, sexo e classe, que se traduzem em formas de poder.

Segundo Davis (apud CRANE, 2007, p. 17-18), a vestimenta na moda expressa uma ambivalência das identidades sociais do entorno, uma vez que demarca relações de oposição como, por exemplo, juventude versus maturidade, masculinidade versus feminilidade, androginia versus singularidade, trabalho versus ócio, conformismo versus rebelião. “As roupas de moda redefinem estas tensões e as encarnam em novos estilos”¹¹.

Para a autora, “o vestuário, sendo uma das formas mais visíveis de consumo, desempenha um papel da maior importância na construção da identidade social” (CRANE, 2006, p. 21), o que vem a reforçar a ligação estabelecida por Miller (2013; 2007; 2001) entre moda e a cultura material.

Vários aspectos da identidade se apresentam a partir da indumentária, seja a identidade regional, enquanto um demarcador cultural e geográfico, seja como indicador de ocupação, classe social, religião, gênero etc. As variações nos modos de se vestir demonstram como são vivenciados os diversos tipos de posições sociais ocupadas pelos indivíduos numa dada comunidade.

As roupas, como os artefatos, “criam” comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes. Por outro lado, os estilos de roupa podem ser uma camisa-de-força, restringindo (literalmente) os movimentos e gestos do indivíduo, como foi o caso do vestuário feminino durante a era vitoriana. Por séculos têm-se usado uniformes (militares, policiais e religiosos) para impor identidades sociais aos indivíduos de forma mais ou menos voluntária (CRANE, 2006, p. 22).

Traçando-se um paralelo entre a história da indumentária e a moda contemporânea, é possível compreender que atualmente as identidades se apresentam de maneira mais frouxa e fluida, uma vez que no passado os demarcadores eram rígidos –

¹¹ “La ropa de moda redefine estas tenciones y las encarna em nuevos estilos”.

especialmente os de gênero e classe social, no qual era quase impossível a quebra de paradigmas.

Nas sociedades contemporâneas, ditas como “fragmentadas” (CRANE, 2006, p. 23), percebe-se que os diferentes papéis desempenhados na sociedade possibilitam auto apresentações diferenciadas em espaços diversos, a depender do papel que se está compondo no momento. Assim, aspectos como faixa etária, gênero, orientação sexual, identidade étnica e classe social adquirem significados múltiplos, gerando processos de identificação também múltiplos, compondo-se enquanto um mosaico de vivências e repertórios.

Compreende-se a identidade social enquanto uma construção que se elabora a partir da posição dos agentes nos espaços sociais, sendo marcada sobretudo a partir da noção da alteridade (uma vez que implica na relação do “nós” e dos “outros”). Também se deve ter em conta seu caráter multidimensional, flutuante, existente a partir das diversas vinculações sociais das quais os indivíduos participam (ou seja, identidade sincrética). Assim, retomando Barth (1969 apud CUCHE, 1999), nos processos identitários existe um forte interesse em demarcar as fronteiras. O que cria a separação é o uso de certos traços culturais, processo no qual a moda e a indumentária se apresentam como ferramentas eficazes.

A moda contribui para redefinir identidades sociais ao atribuir constantemente novos significados aos artefatos. [...] O consumidor usa vários discursos para interpretar as ligações entre sua própria noção de identidade e a identidade social conferida pela condição de pertencer a vários grupos sociais que vestem roupas semelhantes (CRANE, 2006. 43).

Dos diversos marcadores (auto) identitários que os Ursos exibem, vale a pena tratar um pouco mais profundamente daqueles relacionados à sua identidade de gênero e que se reverberam em sua performatividade - em virtude dos *habitus* e dos diversos campos de poder ocupados na sociedade. Os artefatos de moda e indumentária funcionam como fortes contribuintes à sua identificação dentro da comunidade ursina. E, em se tratando do contexto específico desta investigação, cabe ressaltar que o marcador regional (e a conseqüente imagem do “macho nordestino”) – a ser trabalhado mais à frente - ocupa um espaço central na trajetória dos Ursos entrevistados.

2.2 PROCESSOS DE IDENTIFICAÇÃO E PERFORMATIVIDADE URSINA

Dialogar sobre Ursos é, antes de tudo, lidar com a palavra ambivalência. Aos que os conhecem é fácil perceber o modo como jogam com gênero, performatividade e, sobretudo, com as formas de apresentar sua masculinidade e homossexualidade.

Apresentar a subcultura a algum outsider das causas LGBTQ é, sobretudo, receber exclamações de espanto, afinal, a imagem popularizada de um homossexual masculino se distancia da performatividade e estética hipermasculinas. As respostas transitam entre um *“ah, que legal!”* prosseguindo para um *“como é difícil para as mulheres, que são constantemente enganadas na rua”*.

Ursos não querem enganar, como faz parecer crer aquelas que se sentem ludibriadas com tamanha “testosterona” sugerida em sua forma de vestir, portar e cultivar os pelos do corpo. Fica claro que a questão é mais desafiante e encantadora à medida que nos aprofundamos em suas complexidades, história, violências vividas, etc. Existe um jogo constante que transita entre interesses de ordem sexual (afinal, *eu me visto de acordo com aquele que me atrai* - Otávio), o modo como performatizam gênero e a busca estratégica por proteção.

Sendo assim, a seguir haverá uma contextualização do leitor a respeito dos fundamentos epistemológicos de gênero, corpo e performatividade que nortearam esta investigação: assim como os Ursos não são “assunto simples”, analisa-los também não o seria. No trecho que se segue, serão apresentados pressupostos apresentados Butler (2015), na obra *Problemas de Gênero*, junto aos de Bourdieu (2012a; 2012b), em *A Dominação Masculina* e *O Poder Simbólico*.

Vale frisar que Bourdieu (2012a, 2012b) e seus conceitos sobre *habitus*, campos de poder, violência e dominação simbólica ocuparão um espaço central para analisar os Ursos entrevistados e seus contextos sociais. As apreciações de Butler (2015) sobre performatividade, identidade de gênero e gêneros inteligíveis, comporão um segundo arcabouço teórico para a compressão das complexidades ursinas nos processos de sua construção identitária.

Para muitos, Butler (2015), não é uma autora de fácil compreensão. Seus textos deixam claras as suas influências e contradições, uma vez que é professora de retórica e literatura comparada na Universidade da Califórnia, mas não escreve nem sobre um assunto, nem sobre o outro. “Seus livros subsequentes recorrem amplamente a teorias psicanalíticas, feministas e pós-estruturalistas” (SALIH, 2015).

Bourdieu (2012a; 2012b), por sua vez, também traz em suas teorias grande complexidade acadêmica. Atua com genialidade na forma de encarar contextos, sobretudo os de poder simbólico e dominação/submissão, e se utiliza de um forte senso crítico sobre teóricos com os quais entra em discordância, através, muitas vezes, de certa ironia elegante para abordar as temáticas de seu interesse. Formou-se na Escola de Filosofia, momento em que teve contato com a elite cultural parisiense. Sua categoria teórica e analítica é relacional.

Trabalhar com os dois autores, então, tornou-se um desafio acadêmico estimulante, sobretudo em virtude do modo como estudaram e teorizaram a respeito do gênero. Para tanto, nos apoiaremos fortemente na construção analítica de Bortoluci (2014) sobre essas teorias:

Pierre Bourdieu, Judith Butler e os teóricos do pragmatismo contribuíram com teorias da ação que tentaram escapar das limitações de versões extremas do cânon sociológico: de um lado, o objetivismo; de outro, o subjetivismo. Essa dicotomia ajuda a mapear (apesar de não ser totalmente equivalente a) uma série de outras que povoam as páginas dos livros de teoria social: permanência vs mudança; estrutura vs ação; determinismo vs liberdade; dominação vs resistência, entre tantas outras (BORTOLUCI, 2014, p. 64).

Butler (2015) estuda, exaustivamente, o sujeito e a identidade, compreendendo o primeiro não como um indivíduo, mas sim como uma estrutura linguística em formação. Possui como principais influências teóricos como Hegel, Foucault, Derrida. No campo da psicologia estão Freud e Lacan. E no que tange às questões direcionadas ao feminismo, Simone de Beauvoir, Wittig, Irigaray e Rubin (SALIH, 2015).

De acordo com Salih (2015), a obra de Butler não nos permite uma fácil categorização, uma vez que

todos os seus livros levantam questões sobre a formação da identidade e da subjetividade, descrevendo os processos pelos quais nos tornamos sujeitos ao assumir as identidades sexuadas/"generificadas"/racializadas que são construídas para nós (e, em certa medida, por nós) no interior das estruturas de poder existentes. Butler está empenhada em questionar continuamente "o sujeito" indagando através de que processos os sujeitos vêm a existir, através de que meios são construídos e como essas construções são bem sucedidas (ou não) (SALIH, 2015, p. 10).

Bourdieu (2012a; 2012b) enfatiza a dimensão da reprodução social, sobretudo quando analisa as relações entre dominantes e dominados em campos de poder a partir da violência simbólica; enquanto Butler (2015) tem na teoria das performances "a análise de estratégias de resistência contra a imposição de discursos e práticas dominantes – particularmente heteronormativos" (BORTOLUCI, 2014, p. 65). O primeiro analisa a reprodução, enquanto a segunda a subversão de padrões hegemônicos.

Achamos por bem pontuar, que as "verdades" levantadas durante esta investigação foram anunciadas pelos próprios informantes, bem como relativizadas e localizadas num espaço, tempo e contexto específicos: Ursos residentes na cidade do Recife, a mediação simbólica exercida pelos artefatos de moda dos quais fazem uso, bem como os fatores que contribuem e contribuíram para que essa conformação.

Por focar sua atenção na análise e desestabilização da categoria do "sujeito", Butler é vista por muitos como "a teórica queer por excelência" (SALIH, 2015, p. 18). A teoria queer surgiu da aliança de teorias feministas, pós-estruturalistas e psicanalíticas, entendendo-se que sua ênfase teórica está nas rotas, mas que nas raízes, preocupando-se com o múltiplo, o transitivo, ao invés do fixo e estável (SALIH, 2015, p. 19), o que percebemos ser oposto ao pensamento de Bourdieu (2012a; 2012b), que procura compreender a origem das relações a partir de estruturas constitutivas dos campos¹² de poder. Sendo assim, compreendemos suas afirmações e estudos contíguos, uma vez que entendemos que as rotas (embora múltiplas), são consequência das raízes.

¹² Por campo Bourdieu compreende o jogo dotado de regras, aceitas tacitamente, em que seus agentes atuam no sentido de ocupar melhores espaços, constituindo espaços de dominação e conflito. É dentro do campo que ocorrem as relações entre dominantes e dominados, no qual estes estão em maior número (BOURDIEU, 2012b).

Para a autora, a construção do “sujeito” é crucial para a política, em particular a feminista, uma vez que sua tônica é a produção por via de prática de exclusão. “A construção política do sujeito procede vinculada a certos objetivos de legitimação e exclusão, e essas operações políticas são efetivamente ocultas e naturalizadas por uma análise política que toma as estruturas jurídicas como seu fundamento” (BUTLER, 2015, p. 19). Desta maneira, aponta que o sujeito feminista, em princípio construído a partir de um discurso de um sistema político que, em teoria, deveria facilitar sua emancipação, se desvirtua em face de uma construção de sujeitos com traços de gênero determinados conforme um eixo diferencial de dominação, ou seja, a dominação masculina.

Bourdieu (2012a, p. 15), na obra *A Dominação Masculina*, propõe que haja uma “objetivação do sujeito da objetivação científica”, ou seja, a reflexão das formas de classificação com as quais construímos o mundo através de análises etnográficas de estruturas objetivas e das formas cognitivas de uma sociedade histórica específica. Utiliza a noção de “experiência dóxica” - ou “experiência natural” – para reforçar que o sujeito é construído a partir da incorporação do mundo social nos corpos e nos *habitus*¹³ dos agentes.

Para o autor, para além da linguagem, pontuada por Butler (2015), existe uma construção simbólica do corpo biológico, que produz automaticamente *habitus* diferenciados e diferenciadores (a exemplo da construção dos corpos masculinos e femininos, por exemplo). A masculinização do corpo masculino e a feminilização do corpo feminino, como aponta o autor, exige um gasto de tempo e esforços que recaem em relações de dominação já naturalizadas.

Sua crítica à autora se dá pois acredita que os gêneros são, além de “papéis” ou nomenclatura verbais que podem ser abandonados com um ato de “magia performática”, inscrições feitas nos corpos a partir da força de um contexto universalizante (a força de uma tradição simbólica relativo às construções de gênero, no qual a dominação masculina é hegemônica). “É a ordem dos gêneros que fundamenta a eficácia performativa das palavras – e mais especialmente dos

¹³ “Habitus, como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e também um *haber*, um capital (de um sujeito transcendental na tradição idealista)” (BOURDIEU, 2012b, p. 61).

insultos - e é também ela que resiste às definições falsamente revolucionárias do voluntarismo subversivo” (BOURDIEU, 2012a, p. 122).

Judith Butler parece ela própria rejeitar a visão 'voluntarista' de gênero que ela parecia antes propor em *Gender Trouble* quando escreve: “a falha na interpretação sobre performatividade de gênero é: que gênero é uma escolha, ou que gênero é um papel, ou que gênero é uma construção colocada por outras pessoas, assim como as roupas escolhidas pela manhã¹⁴” (J. Butler, *8odies that Matter: On the Discursive Limits of "Sen"* New York, Routledge, 1993, p. 94) (BOURDIEU, 2012a, p. 122).

Por sua vez, ao introduzir “A ordem compulsória do sexo/gênero/desejo”, Butler (2015) lança a possibilidade de ser o próprio “sexo” tão culturalmente construído quanto o “gênero”, de tal forma que sua distinção se constitui nula. A autora constrói seu raciocínio a partir do momento em que questiona o sistema binário dos gêneros, estabelecida através da relação mimética entre sexo e gênero. As seguintes perguntas são estabelecidas para que chegue à contestação acima pontuada:

e o que é, afinal, o ‘sexo’? Ele é natural, anatômico, cromossômico ou hormonal, e como deve a crítica feminista avaliar os discursos científicos que alegam estabelecer tais ‘fatos’ para nós? Teria o sexo uma história? Possuiria cada sexo uma história ou histórias diferentes? Haveria uma história de como se estabeleceu a dualidade do sexo, uma genealogia capaz de expor as opções binárias como uma construção variável? Seriam os fatos ostensivamente naturais do sexo produzidos discursivamente por vários discursos científicos a serviço de outros interesses políticos e sociais? (BUTLER, 2015, p. 27).

Butler (2015) questiona, ainda, o que pode significar identidade¹⁵, em especial a identidade de gênero. Levanta a indagação sobre “em que medida as práticas reguladoras de formação e divisão de gênero constituem a identidade, a coerência interna do sujeito, e, a rigor, o status ‘autoidêntico’ da pessoa? Em que medida é a ‘identidade’ um ideal normativo, ao invés de uma característica descritiva da experiência? E como as práticas reguladoras que governam o gênero também

¹⁴ "The misapprehension about gender performativity is this: that gender is a choice, or that gender is a role, or that gender is a construction that one puts on, as one puts clothes in the morning" (J. Butler, *8odies that Matter: On the Discursive Limits of "Sen"* New York, Routledge, 1993, p. 94).

¹⁵ Entende “identidade pessoal” como algo que está intrínseco às características internas da pessoa, naquilo que estabeleceria sua continuidade ou identidade no decorrer do tempo.

governam as noções culturalmente inteligíveis de identidade?” (BUTLER, 2015, p. 43).

Para além dos pontos concretos de divergência e das acusações de mau uso teórico do conceito de sexo biológico que foram feitas a BOURDIEU por BUTLER, percebemos uma similaridade no pensamento dos dois autores no sentido que, para Bourdieu (2012a) o mundo social constrói a realidade do comportamento, inclusive no campo biológico. As identidades masculinas e femininas, bem como a dominação que aquelas exercem sobre estas, são apreensões do mundo social e de suas categorias arbitrariamente construídas, a começar pelo sexo e pelo gênero. Por não perceberem os processos reprodutórios do sistema social, os seres constroem suas identidades, e moldam seus comportamentos, a partir dos discursos, ideologias etc. dos dominantes, neste caso específico, calcadas no mundo biológico.

Butler problematiza a própria noção de pessoa no ocidente, e sua construção através da lógica analítica que pressupõe uma inteligibilidade socialmente construída:

Em outras palavras, a “coerência” e a “continuidade” da “pessoa” não são características lógicas ou analíticas da condição de pessoa, mas, ao contrário, normas de inteligibilidade socialmente construídas e mantidas. Em sendo a “identidade” assegurada por conceitos estabilizadores de sexo, gênero e sexualidade, na própria noção de pessoa se veria questionada, pela emergência cultural daqueles seres cujo gênero é “incoerente” ou “descontínuo”, os quais parecem ser pessoas, mas não se conformam às normas de gênero da inteligibilidade cultural pelas quais as pessoas são definidas.

“Gêneros inteligíveis” são aqueles que, em certo sentido, instituem e mantêm relações de coerência e continuidade entre sexo, gênero, prática sexual e desejo (BUTLER, 2015, p. 43).

O gênero só pode denotar uma *unidade* de experiência, de sexo, gênero e desejo, quando se entende que o sexo, em algum sentido, exige um gênero – sendo o gênero uma designação psíquica e/ou cultural do eu – e um desejo – sendo o desejo heterossexual e, portanto, diferenciando-se mediante uma relação de oposição ao outro gênero que ele deseja. A coerência ou a unidade interna de qualquer dos gêneros, homem ou mulher, exigem assim uma **heterossexualidade estável e oposicional** (grifos nossos) (BUTLER, 2015, p. 52).

Pode-se dizer, então, que homens Ursos não se enquadram como detentores de um gênero inteligível, uma vez que sua identidade é construída a partir da ambivalência existente entre seu sexo/gênero e seu desejo/prática sexual, embora sua performatividade esteja toda pautada com base na *héxis*¹⁶ corporal heterossexual. (BOURDIEU, 2012a; BUTLER, 2015).

A partir da discussão a respeito dos gêneros inteligíveis em sua obra, a autora utiliza a ironia traçada por Foucault sobre a “verdade do sexo”, uma vez que há uma prática reguladora que gera identidades coerentes a partir de gêneros também coerentes. Cita a heterossexualização do desejo, o qual institui a oposição entre feminino e masculino, macho e fêmea. Butler (2015, p. 43) afirma que certas “identidades de gênero”, entretanto, parecem “falhas de desenvolvimento ou impossibilidades lógicas, precisamente por não se conformarem às normas da inteligibilidade cultural”, ou seja, aquelas que não se adequem às normas cunhadas pelo sistema.

Nesse aspecto, encontramos novamente uma consonância entre os pensamentos dos dois autores, no sentido de que em Bourdieu (2012a), aqueles indivíduos que não se adequem às lógicas da objetividade e subjetividades preconizadas pela estrutura, ou seja, os que não se enquadrem dentro de uma inteligibilidade aceitável, acabam passíveis de sofrer as devidas punições de ordem simbólica, suave, insensível, invisível (e física) que a lógica hegemônica lhes imponham como cabíveis, ou seja, o poder hegemônico – em se tratando de gênero, a heteronormatividade, ou heterossexualidade (BOURDIEU, 2012a).

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que “os sistemas simbólicos” cumprem a sua função política de instrumentos de oposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço de sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a “domesticação dos dominados” (BOURDIEU, 2012b, p. 11).

¹⁶ Conformação entre a parte física do corpo e a maneira de servir dele como postura, atitude etc. Trata-se do conhecimento prático ou racionalizado que associa propriedades “psicológicas” e ‘morais’ a traços corporais e fisiognômicos (um corpo delgado e esbelto, por exemplo, percebido como sinal de um controle viril de apetites corporais)” (BOURDIEU, 2012, p. 80).

Butler (2015) traça pela primeira vez em sua obra o conceito de performatividade, associando-o às questões de gênero, ao afirmar que o mesmo não é algo “substantivo”, mas também não é algo flutuante. Trata-se de um efeito performativamente produzido e imposto por práticas reguladoras da coerência de gênero. “Sexualidade sempre é construída nos termos do discurso e do poder, sendo o poder em parte entendido em termos das convenções culturais heterossexuais fálicas” (BUTLER, 2015, p. 65).

Bourdieu (2012a) vai mais à fundo pois crê que a construção simbólica ultrapassa a operação performativa de nomeação (da ordem do discurso), como a autora leva a crer. Para o francês, a performatividade relaciona-se diretamente ao trabalho de construção simbólica e se completa a partir da transformação dos corpos e cérebros, na ordem da construção prática, que impõe uma definição diferencial dos usos do corpo, em especial os sexuais.

É interessante perceber o modo como Butler (2015) se apropria de conceitos e teorias cunhadas por Freud e Lacan a respeito da heterossexualidade, retrabalhando-as num sentido que denomina “repetição intuitiva do original”, que é melhor discutido ao término da terceira parte da obra *Problemas de Gênero*. A autora reconhece a presença das convenções heterossexuais nos contextos homossexuais, uma vez que faz parte de um imaginário popular acreditar que os homossexuais (gays ou lésbicas) estabelecem uma relação de cópia da performatividade heterossexual, assim chamada de “heterossexual original”. “Assim, o gay é para o hétero não o que uma cópia é para o original, mas, em vez disso, o que uma cópia é para uma cópia” (BUTLER, 2015, p. 67), uma vez que revela que o original nada mais é do que uma paródia da *ideia* do natural e do original.

Bourdieu (2012a) não se distancia deste ponto de vista quando analisa a performatividade viril e a passiva associadas aos papéis masculinos e femininos, respectivamente, na dimensão do mito e em contextos heteronormativos concretos. Em um dado momento de *A Dominação Masculina*, associa diretamente as posições e papéis assumidos nas relações sexuais homoafetivas com as lógicas de dominação existentes entre homens e mulheres, trazendo à tona as expressões “ativo” e “passivo” sexual - ou seja, aquele que penetra e/ou “fica por cima” no ato sexual, versus aquele que é penetrado e/ou “fica por baixo”:

A particularidade desta relação de dominação simbólica é que ela não está ligada aos signos sexuais visíveis, e sim à prática sexual. A definição dominante da forma legítima desta prática, vista como relação de dominação do princípio masculino (ativo, penetrante) sobre o princípio feminino (passivo, penetrado) implica o tabu da feminilização, sacrilégio do masculino, isto é, do princípio dominante, que está inscrito na relação homossexual. Comprovando a universalidade do reconhecimento concedido à mitologia androcêntrica, os próprios homossexuais, embora sejam disso (tal como as mulheres) as primeiras vítimas, aplicam a si mesmos muitas vezes os princípios dominantes... (BOURDIEU, 2012a, p. 144).

Butler (2015) define, então, gênero como uma

estilização repetida do corpo, um conjunto de atos repetidos no interior de uma estrutura reguladora altamente rígida, a qual se cristaliza no tempo para produzir a aparência de uma substância, de uma classe natural do ser (BUTLER, 2015, p. 69).

Alguns autores são apresentados enquanto peças fundamentais para a construção do argumento de Butler (2015), ocupando Lacan e Freud um espaço central, uma vez que se discute a matriz heterossexual. Há um momento em sua obra que Butler traz à tona a angústia da homossexualidade, no qual, por meio do diálogo com o psicanalista Riviere (apud BUTLER, 2015), ressalta que alguns homens homossexuais exageram sua heterossexualidade como uma forma de defesa contra a sua homossexualidade.

Afirma que o supracitado autor não deixa claro qual a forma “exagerada” de heterossexualidade exibida pelo homem homossexual, mas afirma que “os homens gays podem simplesmente não parecer muito diferentes de seus equivalentes heterossexuais” (BUTLER, 2015, p. 96). Ainda de acordo com a autora, essa masculinidade assumida pelo homossexual masculino nada mais é que uma tentativa de esconder – não dos outros, mas de si mesmo – uma feminilidade ostensiva (BUTLER, 2015).

Mas se diz que o homem homossexual exagera sua “heterossexualidade” (significando aqui uma masculinidade que lhe permite passar por homossexual?) como “defesa” inconsciente, porque não pode reconhecer sua própria homossexualidade (ou será o analista que não a reconheceria, caso fosse sua?). Em outras

palavras, o homossexual masculino chama a si a retaliação inconsciente, desejando e temendo as consequências da castração. O homossexual masculino não “conhece” sua homossexualidade, ainda que Ferenczi e Riviere aparentemente a conheçam (BUTLER, 2015, p. 97-98).

Para além de uma defesa inconsciente, ou de uma tentativa de se esconder, nossos entrevistados mostraram que fatores de ordem mais complexa estão envolvidos, como, por exemplo, a aplicação, consciente ou não, de uma estratégia de auto proteção contra a violência de ordem simbólica e/ou física sofridas desde a primeira infância (Bourdieu, 2012a), quando da suspeita por parte dos pais, parentes ou colegas de escola, de uma possível homossexualidade da criança em questão.

No tocante às *Inscrições Corporais e Subversões Performativas*, a autora conclui que a distinção sexo/gênero que mantemos pressupõe uma generalização do corpo, que faz com que seja preexistente à significação do corpo sexuado. O corpo, a partir deste ponto de vista, é um meio passivo, sendo significado, como afirma Butler (2015, p. 223), “por uma inscrição a partir de uma fonte cultural representada como ‘externa’ em relação a ele”.

Tais acepções possuem origens cristã e cartesiana, as quais compreendem o corpo enquanto matéria inerte, vazio de significado, repleto de pecado, feminino. Butler (2015) cita Foucault e seu modo de analisar e discutir o corpo, ao afirmar que o mesmo está em constante desintegração, encontrando-se sitiado e destruído pelos próprios termos da história.

Usa Pureza e Perigo, de Mary Douglas, para afirmar que os contornos do corpo são estabelecidos a partir de marcações específicas que buscam coerência cultural, compreendendo que a ideia de separação, purificação, demarcação e punição das transgressões possuem como principal função a imposição de um sistema a uma experiência fora de ordem, no qual o exagero das diferenças (dentro, fora; masculino, feminino etc.) cria uma aparência de ordem (BUTLER, 2015). De acordo com Douglas, o limite do corpo não é apenas material (superfície, pele), mas os tabus e transgressões, “os limites do socialmente *hegemônico*” (BUTLER, 2015, p. 227).

Somam-se a isso os processos de reprodução de comportamentos e performatividade que são garantidos por três instâncias principais de poder: Família, Igreja e Escola, “que, objetivamente orquestradas, tinham em comum o fato de agirem sobre estruturas inconscientes” (BOURDIEU, 2012a, p. 103)

A homossexualidade masculina, desta maneira, se constituiria enquanto lugar de perigo e poluição, mesmo antes da presença cultural da AIDS, uma vez que pressupõe a existência do sexo anal e oral entre homens. A homossexualidade, até mesmo a feminina, é vista pela heteronormatividade enquanto estado sórdido e desordenado da natureza, sendo antinatural e passível de punição.

Assim, as fronteiras do corpo se estabelecem a partir da distinção entre interno e externo, a partir da expulsão daquilo que se mantém no campo da alteridade, ou seja, o que se constitui enquanto *abjeto*. Butler (2015, p. 230) compreende enquanto abjeto “aquilo que foi expelido do corpo, descartado como excremento, tornado literalmente o ‘Outro’. Parece uma expulsão de elementos estranhos, mas é precisamente através dessa expulsão que o estranho se estabelece”. Para a autora, é possível compreender o sexismo, a homofobia, o racismo, o repúdio aos corpos em função de sexo, sexualidade e/ou cor enquanto uma expulsão, seguida de repulsa, que fundamenta e consolida identidades hegemonicamente construídas de sexo, etnia e sexualidade.

Atos, gestos e desejo são fabricações manufaturadas sustentadas por signos corpóreos e outros meios discursivos.

Em outras palavras, os atos e gestos, os desejos articulados e postos em ato criam a ilusão de um núcleo interno e organizador do gênero, ilusão mantida discursivamente com o propósito de regular a sexualidade nos termos da estrutura obrigatória da heterossexualidade reprodutora (BUTLER, 2015, p. 235).

Assim, a construção social do gênero pode ser bastante exemplificada a partir do travestismo¹⁷, uma vez que subvertem a distinção entre espaços psíquicos interno e externo, zombando do modelo expressivo de gênero.

¹⁷ Representação de uma identidade de gênero que não está em conformidade com o sexo biológico.

A noção de uma identidade original de gênero é frequentemente parodiada nas práticas do travestismo e na produção das identidades *butch/femme*, constituindo a relação entre “imitação” e “original” um campo um tanto quanto complicado. A performance drag brinca com três dimensões da corporeidade significativa, segundo Butler (2015): sexo anatômico, identidade de gênero e performance de gênero, o que, guardadas as devidas especificidades, também é feito pela comunidade ursina, uma vez que o sexo anatômico é o masculino (pênis), a identidade de gênero é a masculina (viril com muito orgulho!), a performance de gênero também o é, mas o seu desejo recai naquilo que se considera abjeto (sua prática sexual e o interesse por pessoas do mesmo sexo).

Assim, o gênero enquanto identidade original, em si, é um processo de imitação.

No lugar de uma identificação original a servir como causa determinante, a identidade de gênero pode ser reconcebida como uma história pessoal/cultural de significados recebidos, sujeitos a um conjunto de práticas imitativas que se referem lateralmente a outras imitações e que, em conjunto, constroem a ilusão de um eu de gênero primário e interno marcado pelo gênero, ou parodiam o mecanismo dessa construção (BUTLER, 2015, p. 238-239).

Os Ursos são, então, a imitação da imitação, uma vez que personalizam e performatizam uma hipermasculinidade associada à heterossexualidade masculina, tida como primária e original.

Para Butler (2015, p. 240) deve-se compreender o corpo enquanto uma “fronteira variável”, de permeabilidade politicamente regulada dentro de uma lógica de hierarquia de gênero. O gênero, por sua vez, nada mais é que um projeto que possui como fim a sobrevivência cultural, uma estratégia para que performances sejam realizadas. Indivíduos que não desempenham esta “atuação” de modo socialmente instituído são punidos por não exercer corretamente 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 de realidade” (BUTLER, 2015, p. 241).

Reforçamos, entretanto, que para além de uma sobrevivência cultural, os Ursos reivindicam para si uma performatividade hipermasculina também por se associarem àquilo que consideram uma imagem de poder e virilidade (Bourdieu, 2012a) e que, sobretudo, os atrai sexualmente. Como afirmado por Otávio, nosso terceiro entrevistado, “*ser Urso é fazer parte do topo da cadeia alimentar*”. Performatizar o “macho” é algo bem visto e recomendável, e seria simplista afirmar que isto só ocorre nesta comunidade como forma de autoproteção.

Creemos também que o gênero exige uma performance repetida, sendo ela realizada com o objetivo de manter sua estrutura binária - algo fundador e centralizador do sujeito (Butler, 2015), mas também fruto de uma estrutura rígida, pautada num campo que reforça *habitus* específicos em campos de poder (Bourdieu, 2012). O efeito do gênero se produz pela estilização do corpo, a partir de gestos, movimentos e estilos corporais de vários tipos, sendo eles consequências de uma performatividade que se reproduz repetidamente em uma rígida estrutura social e política.

Performances, de uma perspectiva sociológica, requerem capital simbólico para que sejam eficazes. Para ele, não há “declaração com autoridade” sem “autoridade prévia” (Bourdieu, 1999, p. 113): “uma declaração performativa é destinada a fracassar todas as vezes que não for pronunciada por pessoa que não tenha o poder de pronunciá-la [...] em resumo, todas as vezes que o sujeito falante não tenha autoridade para emitir as palavras que ele pronuncia” (Bourdieu, 1999, p. 111) (BORTOLUCI, 2014, p. 71).

Como afirma Bortoluci (2014), existe uma relação forte entre a análise bourdieusiana da corporificação das normas pelo cultivo e elaboração dos *habitus* e a teoria da dimensão ritual do gênero, de Butler (2015). Assim, embora tenhamos inclinações às teorias e discussões estabelecidas pelos dois autores, os elementos chaves para que certos caminhos epistemológicos fossem tomados nesta investigação foram as vivências etnográficas e de entrevistas.

Muito do que foi dito, e até mesmo o não dito, durante os processos de incursão ao campo foram essenciais para que as elucubrações apontadas acima fossem realizadas. Creemos que, apesar de toda a lógica de construção do gênero e da

performatividade de Butler (2015) corroborarem para a compreensão da relação objetiva e simbólica dada pelos Ursos recifenses aos artefatos de moda, os elementos de poder, dominação/submissão dentro de um campo a partir de *habitus* de diversas ordens são os conceitos que melhor elucidam os Ursos, em especial dentro do contexto nordestino.

Assim, embora muitas vezes antagônicas, acreditamos que as ópticas de Bourdieu (2012a, 2012b) e Butler (2015) possuem pressupostos complementares, e que vieram a corroborar para uma melhor compreensão da dinâmica do vestir dos Ursos recifenses.

No capítulo a seguir serão abordadas as relações da masculinidade hetero e homossexual para com a história da moda. Embora se compreenda que ambas caminham paralelamente, ocupando o mesmo espaço-tempo, nesta investigação elas serão apresentadas separadamente, de modo a facilitar a compreensão do modo como o homem deveria se vestir e se portar a partir do século XVIII e as diversas estratégias desenvolvidas na comunidade LGBTQ para fazer-se ver apenas por aqueles que compartilhavam da mesma orientação sexual.

3 HISTÓRIA DA MODA MASCULINA HÉTERO E HOMOSSEXUAL

Como previamente discutido, os demarcadores que balizaram os processos de identificação podem ser de diversas ordens, interessando-nos, especificamente, os que delimitam gênero e sexualidade. Para adentrar na subcultura ursina, mais especialmente no uso que seus membros fazem dos artefatos de moda e vestuário (para sua demarcação enquanto grupo), considera-se importante compreender que fatores (sociais, simbólicos e históricos) estão envolvidos, no que tange à demarcação da imagem de homem rude e simples que muitos Ursos clamam para si.

Avaliar de maneira histórica e crítica o surgimento das diversas imagens masculinas ao longo dos últimos séculos, especialmente pós revolução industrial, é fundamental, pois acreditamos que tais dados constituem importantes pistas para a elucidação das razões que levaram a subcultura homoafetiva ursina a se apropriar e explorar uma imagem hipermasculina.

Creemos na força e importância exercidos pela moda gay no mercado de moda atual, assim como também consideramos necessário um aprofundamento histórico para uma maior compreensão das imagens desenvolvidas e no modo como influenciaram a moda *mainstream*.

Historicamente, a leitura empregada (e popularizada) acerca da indumentária masculina é a de algo que deve se apresentar de maneira coadjuvante, discreta, sobretudo quando ao lado de representantes do sexo feminino. Ao homem não cabe o adorno, estando ele relegado a ostentar uma imagem viril, austera e elegante.

A retórica da moda masculina toma forma a partir de uma série de negações que incluem as seguintes proposições: que não há moda para homem; que homem se veste para o conforto, mais que para o estilo; que mulher produz e faz compras para os homens; que homens que se vestem são peculiares (de uma maneira ou de outra); que homens não observam roupas; e que a maioria dos homens não são enganados na busca por modas passageiras. Em outras

palavras, existe uma tendência de minimizar, quando não negar, o fenômeno da moda masculina (CRAIK, 2005, p. 170)¹⁸.

Como a autora persiste em afirmar, a moda masculina relaciona-se à (embora seja distinta de) moda feminina. Enquanto à mulher cabe a lógica do espetáculo e da admiração (CRAIKE, 2005; BARNARD, 2003), ao homem cabe a apresentação de uma aparência que objetiva delimitar seus papéis exercidos socialmente (especialmente quanto à sua ocupação e ao seu status).

Chama atenção, entretanto, o fato de que até o século XVIII, na Europa Ocidental, os homens (assim como as mulheres) empreendiam bastante capital e energia para desenvolver uma imagem que pudesse identificá-los como membros da aristocracia. Neste aspecto o adorno era mais que recomendado, uma vez que a eles cabia a demarcação de seu espaço na dinâmica social.

A sociedade pós-industrial, entretanto, se caracteriza por mudanças de poder que reverberam nas lógicas de gênero, especialmente no que tange à dominação masculina. Pode-se dizer, como afirma Crane (2006, p. 354), que a masculinidade contemporânea tem quatro características principais:

- 1) Potência e controle físicos associados ao corpo masculino; 2) Heterossexualidade, definida como relações sociais com homens e relações sexuais com mulheres; 3) Conquistas profissionais em empregos identificados como “trabalho de homem”; 4) Papel familiar patriarcal.

É possível observar uma tendência conservadora, sobretudo dentre os homens mais maduros, de resistência à quebra das supracitadas regras. A mentalidade popular, como afirma Crane (2006), compreende a identidade masculina como algo fixo e inato, e qualquer interesse por moda e usos diferenciados do vestuário são vistos como uma característica afeminada (sendo assim, estigmatizada).

¹⁸ “The rhetoric of men’s fashion takes the form of a set of denials that include the following propositions: that there is no men’s fashion; that men dress for fit and comfort, rather than for style; that women dress men and buy clothes for men; that men who dress up are peculiar (one way or another); that men do not notice clothes; and that most men have not been duped into the endless pursuit of seasonal fads. In other words, there is a tendency to underplay if not deny the phenomenon of men’s fashion” (CRAIK, 2005, p. 170).

“Um homem considerado masculino não precisa cuidar da aparência, pois a masculinidade não é tida como função da aparência” (CRANE, 2006, p. 354). E para compreender a raiz dessa maneira de pensar o masculino, consideramos importante estabelecer um resgate histórico sobre os recursos identitários dos homens, suas formas de vestir e as questões simbólicas que norteiam tais formas de se apresentar.

Tal relação só se faz possível a partir de uma correlação existente entre as formas de empreender o trabalho das sociedades pós-industriais e a relação da aparência com a demarcação das classes sociais em tempos de fortes mudanças de paradigmas.

Dentro da cultura europeia, ciclos de mudanças na indumentária masculina têm se apresentado de maneira longa e menos dramática, especialmente desde o século dezoito. A moda masculina tem feito uso de uma pequena quantidade de vestuário, com um guarda roupa básico composto de camisa, calça e jaqueta. Dentro deste repertório, tem havido um estreito grau de adaptação – por exemplo, na escolha da gravata (Finkelstein 1991:107-29), meias e suéter. Um analista (D. Robinson 1976) chegou a argumentar que o barômetro da moda masculina poderia ser encontrado na forma de raspar e aparar as barbas! Entre 1840 e 1970, barbas (um composto de costeletas, bigodes e barbas) apareciam num ciclo regular de moda correspondente às flutuações estéticas das camisas (CRAIK, 2005, p. 172)¹⁹.

Pode-se dizer (em termos práticos) que o papel masculino passou a ser questionado a partir do envolvimento da mulher no mercado de trabalho, especialmente na dinâmica pós revolução industrial. A ocupação de espaços (e de suas responsabilidades), para além dos domésticos, foi assumida publicamente pelas mulheres, fazendo com que a população masculina adotasse novos códigos de conduta e vestuário. O objetivo era o de conferir aos homens atributos de

¹⁹ “*Within European culture, cycles of changes in men’s dress have been longer and less dramatic, especially since the eighteenth century. Men’s fashions typically have used a smaller range of fashion garments, with a basic wardrobe consisting of shirt, trousers and jacket. Within this range, there has been a narrower degree of adaptation—for example, in the choice of tie (Finkelstein 1991:107–29), socks or sweater. One analyst (D. Robinson 1976) has even argued that the barometer of men’s fashions can be found in the shaving and trimming of beards! Between 1840 and 1970, beards (a composite measure of sideburns, moustaches and beards) appeared in regular cycles of fashionableness that corresponded to fluctuations in width of skirts*” (CRAIK, 2005, p. 172).

respeitabilidade e autoridade a partir da incorporação de elementos frívolos e narcisistas a si.

Houve, assim, uma dissociação dos códigos de imagem associados à extravagância aristocrática no vestir e se portar (CRAIK, 2005; CRANE, 2006). Aos homens cabia o envolvimento na nova ordem industrial, competindo no duro espaço da política e economia, enquanto às mulheres, cabia o papel decorativo e de complemento da imagem pública masculina (CRAIK, 2005). Com o declínio da influência da sociedade de corte do século dezessete, o desejo pela decoração corporal passou por um processo de alteração, no qual a base da indumentária masculina passou a ser o terno, em especial nas cores escuras.

Ao término do século XVIII ocorre “um dos eventos mais notáveis da história do vestir” (MORA, 2007, p. 288): os homens renunciaram ao seu direito às formas de decoração mais luxuosas, excêntricas e elaboradas, cedendo este papel às mulheres, trazendo para si o direito (senão dever) de vestir-se de maneira mais sóbria. De acordo com Flugel (2000, apud MORA, 2007), as causas para esta grande renúncia se dão a partir da popularização dos valores promovidos pelo espírito revolucionário de liberdade, igualdade e fraternidade, que revisam tanto a estrutura legítima da estratificação social como o valor social do trabalho (MORA, 2007).

No entanto, mesmo com todo o movimento pendendo a favor da simplicidade, algumas tendências sazonais iam ao encontro de uma estética decorativa: os dândis (início do século XIX).

O traje masculino mudou quando mais e mais pessoas passaram a creditar aos homens sóbrios um reflexo de patriotismo (versus aristocracia cosmopolita), liberdade (versus tirania), campo e cidade (versus corte), parlamento e constituição (versus prerrogativa real e corrupção), virtude (versus libertinagem), empreendimento (versus jogos de azar, frivolidade e dissipação) e masculinidade (versus efeminação exótica) (STEELE, 1985b, p. 108 apud CRAIK, 2005, p. 177)²⁰.

²⁰ “The fashion in men’s attire changed as more and more people came to perceive sober male dress as being a reflection of patriotism (versus aristocratic cosmopolitanism), liberty (versus tyranny), country and city (versus Court), Parliament and Constitution (versus Royal prerogative and corruption), virtue (versus libertinism), enterprise (versus gambling, frivolity, and dissipation), and

O aumento do consumismo, aliado ao crescimento da sociedade civil e burocrática, anunciaram condutas diferentes, prezando por uma performance mais elegante, com gostos refinados e comportamento sério (ao estilo homem de negócios).

Em contraste, mesmo com todo o apelo da era industrial por uma imagem masculina mais enxuta, a figura do dândi acabou por surgir neste período. Constituindo-se como uma expressão desviante, em tempos de sobriedade no vestir e portar-se, este homem ainda adere aos valores aristocráticos, adotando uma linguagem refinada e divertida. Tem-se no Lord Brummel (figura 1) e na figura do Oscar Wilde os maiores representantes desta classe (CRAIK, 2005; MORA, 2007).



Figura 1. Lord Brummel. Fonte: Pinterest

Brummel desenvolveu um estilo de indumentária que se apresentava de maneira mais austera, viril e digna. Ele optou por utilizar casacos bem cortados com cintura ajustada, colete, camisa com laço e pantalonas.

O dandismo foi um período importante para a indumentária do homem europeu porque estabeleceu novos conjuntos de relações entre aqueles elegantes e que lançam tendências, e assegurou

manliness (versus a fribbling, degenerate exotic effeminacy)" (STEELE, 1985b, p.108 apud CRAIK, 2005, p. 177).

novos códigos de costura para homens das sociedades industrializadas. Os dândis combinavam vestígios do pavão com as regras do homem modesto (CRAIK, 2005, p. 179)²¹.

Para muitos, o dandismo pode ser visto como uma forma transgressiva de ser associada à primeira crise da masculinidade vivida pela sociedade moderna. No entanto, há autores que creem que se trata apenas de escolhas meramente estilísticas realizadas por homens que se encontram sintonizados com o *status quo* (BREWARD, 2000 apud MORA, 2007).

Os dândis apresentavam como característica uma certa ambivalência pois, ao passo que valorizavam a naturalidade do corpo através de um estilo mais sóbrio, também desprendiam bastante tempo, energia e recursos para o cuidado dos aspectos exteriores do seu ser (MORA, 2007).

Embora o dandismo tenha tido diversas fases históricas e valores sociais diferentes, incluindo a relação em diversos lugares em que esteve presente (em particular Inglaterra e França) (Moers, 1965), parece ser um fenômeno que marca a época em que a moda moderna assume o papel de prática social exemplar do clima cultural dominante (crescimento da atenção pela estética, pelo prazer, pela expressão da individualidade). O *dândi* pode ser considerado como um ator da visualização e publicação de uma forma de vida especializada por gênero, ao menos com a primeira revolução industrial, quando as esferas da vida pública e privada se separam e ao ascetismo público dos homens corresponde o romantismo privado de suas mulheres (MORA, 2007, p. 289)²².

²¹ *“But dândiism was an important moment in European men’s dress because it established new sets of relations between trend-setters and fashionable groups, and secured new sartorial codes for men in industrialised societies. The dândi combined vestiges of the peacock with rules for the plain man”* (CRAIK, 2005, p. 179).

²² *“Aunque el dandismo había tenido diversas fases históricas y valores sociales diferentes, incluso en relación a los diversos lugares en los que ha hecho su aparición (en particular, obviamente, Inglaterra y Francia) (Moers, 1965), parece ser un fenómeno que marca la época en la que la moda moderna asume el papel de práctica social ejemplar del clima cultural dominante (crecimiento de atención por la estética, por el placer, por la expresión de la individualidad). El dândi puede ser considerado como un actor de visualización y publicación de una forma de vida especializada por géneros, al menos hasta que, con la primera revolución industrial, las esferas de vida pública y privada se separan y al ascetismo público de los hombres le corresponde el romantismo privado de sus mujeres (MORA, 2007, p. 289).*

O século XIX caracterizou-se pelo conservadorismo na moda masculina e resistência à mudança, mantidas a partir de diversas campanhas contra o excesso, que ridicularizavam tendências indesejadas. Esta estética se legitimou também devido às diversas colunas sobre moda masculina escritas por alfaiates e por livros de etiqueta que falavam no “cavalheiro perfeito” (CRAIK, 2005, p. 179).

Conservadorismo no vestir significava confiabilidade (KIDWELL, 1989, p. 129 apud CRAIK, 2005). Segundo Craik (2005), para a população, de modo geral, homens que trajassem roupas fora da lógica convencional teriam bastante chance de possuírem comportamentos também inconventionais.

Como vestuário de moda, o terno passou a ser investido de vários atributos sexuais da nova masculinidade dos anos 1890. Esta retórica estilística de conversão foi acompanhada por denúncia a roupas com ornamentos que ameaçavam a “masculinidade tradicional ou os valores masculinos” e que mantinha “ridículos estilos específicos de ocasiões como as sobrecasacas” (PAOLETTI, 1895, p. 124 apud CRAIK, 2005, p. 180)²³.

Já no século XX, um dos acontecimentos que mais influenciaram a sobriedade na indumentária, sobretudo masculina foi o eclodir da IIª Guerra Mundial (IIª GM). As restrições impostas pela IIª GM originaram formas de pensar que se fortaleceram nas décadas de 1950 e 1960, sobretudo em virtude de muitas das restrições impostas no vestuário, objetivando a economia de tecidos e aviamentos.

Craik (2005) afirma que o Presidente da Câmara Britânica de Comércio chegou a comparar os níveis de esforços empreendidos pela população diante da crise social e econômica, informando que sacrifícios deveriam ser feitos, alguns com as vidas nos campos de batalha, outros com os alfaiates.

No tocante ao corpo, fazer exposição do mesmo só era permitido quando da execução de atividades desportivas. Estas práticas consistiam no único álibi contra acusações e comportamentos homofóbicos, uma vez que durante a execução das mesmas o corpo passava por um processo de disciplina muscular e obediência,

²³ “As a fashion garment, the suit was invested with sexual attributes of the new masculinity of the 1890s. This stylistic rhetoric of conversion was accompanied by denunciations of clothes and adornment which threatened ‘traditional masculinity or masculine values’ and sustained ‘ridicule of occasion-specific styles such as the frock coat’” (PAOLETTI, 1895, p.124 apud CRAIK, 2005, p. 180).

permitindo, assim, que pudessem ser admirados (dentro de um esquema de virilidade aceitável).

Ainda de acordo com a autora, ao contrário das normas estabelecidas para o comportamento masculino, as práticas esportivas prezavam pelo exibicionismo, contato físico entre homens e exibição dos atributos físicos. “Os esportes celebravam os sinais de poder conferidos pelos músculos – natural, adquirido e fálico” (DYER, 1989, p. 205 apud CRAIK, 2005, p. 184)²⁴.

Ironicamente, esportistas cujo comportamento se caracterizava de maneira homofóbica, não por acaso praticavam esportes cujo contato homoafetivo era bastante patente (se tocavam, abraçavam, beijavam etc.). Fora destes espaços de legitimação, nenhuma dessas práticas era aceita, e a indumentária deveria continuar representando masculinidade, virilidade e poder.

Os anos 1960, entretanto, representaram um ponto de mudança, já que se trata de um período de quebra de diversos paradigmas históricos e comportamentais que, conseqüentemente, reverberaram nas formas de agir e vestir.

Deste modo, foi a partir desta década que se iniciou o distanciamento masculino dos alfaiates, buscando novas estratégias para adquirir sua indumentária. Em geral, os homens passaram a possuir um comportamento mais ousado, seja em modelagens, cores ou padronagens – comportamento este que se reforçou nos anos 1970 e 1980.

Durante os anos 1980 a mídia passou a dar mais importância ao homem enquanto consumidor. No entanto, a imagem a ser explorada ainda era aquela associada à tradicional masculinidade, cultivada durante o final do século XVIII e todo o século XIX. Os anos 1990, por sua vez, foram caracterizados pela exploração da imagem do Novo Homem (CRAIK, 2005), que seria um contraponto do homem adotado na década anterior. Isso possibilitou uma ampliação da abordagem de novos consumidores por parte do mercado de moda através de diversas estratégias, as quais incluíam estilos de vida, imitação prestigiosa, atributos de personalidade etc.

De acordo com Craik (2005) os papéis se dividiam da seguinte maneira:

²⁴ *Sport celebrated male muscularity which in turn was ‘the sign of power—natural, achieved, phallic’* (DYER, 1989, p. 205 apud CRAIK, 2005, p. 184).

- O homem de família, autossuficiente e voltado ao lar;
- O tradicionalista, conservador, organizado e convencional;
- O descontente, insatisfeito, desejoso de mudança;
- O intelectual ético, esteta, sensível, ascético, discriminador;
- O homem em busca de prazer, macho, hedonista e impulsivo;
- O empreendedor, poderoso, ambicioso, consciente de seu status;
- O “He-man”, homem de ação, dominante, em busca de emoção;
- O sofisticado, intelectual, cosmopolita, socialmente consciente.

A emergência do Novo Homem teve uma forte relação com o impacto do feminismo e às mudanças de oportunidade para as mulheres, o que resultou numa reavaliação da masculinidade. Um dos resultados do feminismo foi a caracterização do homem a partir de imagens negativas e de ataques ao “macho” e às noções de masculinidade. Alternativamente, atributos de narcisismo e carinho foram adicionados aos códigos masculinos. Profissionais de marketing passaram a capitalizar estes atributos e a enfatizar estilos de vida ao invés de apenas os produtos (CHAPMAN 1988: 228). A versão do marketing para o Novo Homem centralizou o corpo masculino nas noções de identidade e sexualidade. O Novo Homem não estava ciente da moda, mas era um ativo consumidor e perseguidor dessa forma de ser (CRAIK, 2005, p. 190)²⁵.

De acordo com Craik (2005), estes tipos de homem podem ser divididos em três grupos de vestuário: os básicos sem estilo, os básicos com estilo e os bastante estilosos. Crane (2006, p. 355), por sua vez, com base nas pesquisas que realizou sobre o mercado e modos de vestir dos homens nos contextos norte americano e francês do final do século XX, pontua quatro tipos de uso masculino do vestuário ligados a construções de identidades não profissionais:

²⁵ “The emergence of the New Man has been as much a reaction to the impact of feminism and changing opportunities for women as it has been a reassessment of masculinity itself. One outcome of feminism has been the characterization of men in negative ways and attacks on ‘macho’ notions of masculinity. Alternatively, attributes of narcissism and nurturing have been added to codes of masculinity. Marketers have capitalized on these attributes by emphasizing lifestyle marketing rather than simply product marketing (Chapman 1988:228). The marketers’ version of the New Man placed the male body at the centre of identity and sexuality. Appearance, and therefore narcissism, were central to this construction of masculinity. The New Man was not only aware of fashion but an active consumer in the pursuit of his sense of self” (CRAIK, 2005, p. 190).

1) “apropriação convencional” de itens de fontes diferentes, sem alterá-los e sem o comprometimento consciente com um *look* em particular, identificado com alguma subcultura, gênero de cultura popular, estilo de vida ou tendência de moda; 2) “participação de um estilo de vida”, como, por exemplo, a utilização de determinado tipo de vestuário comercializado pelas confecções; 3) “adesão a uma subcultura”, seja formando um estilo próprio ao reunir de um modo novo itens de vestuário existentes para mudar seu significado, seja ao usar roupas ligadas à subvariante de um gênero de cultura popular; 4) “apropriação sofisticada” de itens de diferentes fontes conscientemente comprometida com um *look* pessoal particular e com o desempenho de um ou mais papéis, entre os de egocêntrico, dândi e viciado em moda (CRANE, 2006, p. 355).

A autora continua pontuando que a apropriação convencional é o mais comum entre os homens, e que a apropriação sofisticada é a menor.

A esta altura interessa-nos avaliar criticamente o modo como estas imagens hetero e homossexuais foram criados, uma vez que a subcultura ursina ao mesmo tempo que age numa atitude afirmativa à imagem do homem bruto e viril²⁶, também reivindicam aspectos de vaidade associados ao feminino e explorados pelo mercado de moda. Seria bastante simplório afirmar que os Ursos apenas utilizam comportamentos hedonistas para construir sua imagem e performatividade.

No entanto, e será desenvolvido mais à frente, existe uma forte complexidade, seguida de ambivalência, no modo como os Ursos se colocam no mundo (e na construção de sua identidade, ilustrada por sua maneira de se vestir e exercer sua performatividade), em especial na cidade do Recife.

Nota-se que as investigações centradas nesta subcultura focam em suas práticas de sociabilidade e sexualidade, muitas vezes os definindo de maneira estereotipada, no qual são apresentados como homens gordos, peludos, amantes de barba e que tomam para si (apenas) o estereótipo de homem rústico (mesmo que sejam, em sua maioria, cosmopolitas).

Faz-se urgente compreender a comunidade ursina como um grupo que absorve e traz para a sua vivência e estilo de vida formas de ser e vestir pré-fabricados, cunhados a partir de imagens instituídas socialmente. Compreende-se que existe todo um aparato simbólico que baliza seu estar no mundo, uma vez que ao mesmo

²⁶ Por bruto e viril consideram-se os homens que reivindicam a imagem do “homem original”, sem vaidades ou refinamentos.

tempo que optam por se apresentar socialmente como Ursos (homens que gostam de homens e estigmatizam a efeminação), também disfarçam (e escondem²⁷) sua sexualidade.

Para além das imagens ditas, consideramos importante adicionar às questões dos estereótipos e identidades masculinas, aquilo que Crane (2006) fala sobre as diferenças entre as roupas realizadas em momentos de trabalhos e aquelas utilizadas pelo público masculino nos momentos de lazer. A tese da autora no capítulo *O Vestuário Masculino e a Construção das Identidades Masculinas*, no livro *A Moda e Seu Papel Social: Classe, Gênero e Identidade das Roupas*, é de que o significado da vestimenta usada para atividades econômicas foi fixado, mas que o significado do vestuário de lazer tem passado por um processo de redefinição contínua.

De acordo com a autora, o significado do vestuário é percebido de maneiras diferentes por homens pertencentes a diferentes categorias sociais, entre os quais alguns apenas consomem as roupas, enquanto outros criam estilos de vestuários, estes pautados num sistema de resistência por pertencimento a uma minoria como as alicerçadas em noções de etnia, orientação sexual, resistência a uma cultura dominante etc.

As atividades de lazer tendem a moldar a percepção que as pessoas têm de si mesmas e que, para muitos, são mais significativas que a imagem pasteurizada desenvolvida nos espaços de trabalho (CRANE, 2006). E ao contrário dos espaços em que se exerce a atividade profissional, nos espaços de sociabilidade e lazer não são necessárias regras rígidas. O significado das roupas de lazer muda continuamente, a exemplo da alteração simbólica por que o jeans e a camiseta passaram no século XX.

Segundo Crane (2006, p. 357), as roupas de lazer são reflexo de mudanças que ocorreram nos últimos 50 anos na relação entre lazer, classe social, gênero e cultura popular. Neste período o uso de certos tipos de roupas serviram para demonstrar rebeldia e rejeitar valores de classe média em detrimento de valores expressos por

²⁷ Mais à frente será melhor desenvolvida a ambivalência ursina: podem ser facilmente confundidos com heterossexuais nos espaços de convivência comuns a várias sexualidades, já que demonstram não possuir tanto interesse à lógica do pastiche da representação feminina, desenvolvido muitas vezes por homossexuais, travestis ou *drag queens* (BUTLER, 2015).

diferentes indivíduos e grupos sociais que protagonizaram diferentes processos de identificação (subculturas, por exemplo).

3.1 MODA E HOMOSSEXUALIDADE

A moda masculina se constrói a partir da negação de adornos e de traços que diferenciem seus usuários para além da classe social e hierárquica à qual pertence. Compreender sua lógica, especialmente no que tange à negação ou contraposição ao feminino torna possível estabelecer uma incursão ainda maior pelo universo homoafetivo. Comparar estes universos e valores que lhes são intrínsecos possibilita a apreensão de suas nuances e especificidades - sobretudo através de suas roupas e performatividade.

Entende-se que, embora se trate de uma construção de moda a partir de realidades sociais, culturais, econômicas e políticas que se dão simultaneamente (universo hetero e homoafetivo), no mesmo espaço-tempo, também é possível enxergar que o modo como valorizam os elementos estéticos e performativos ocorre de maneira sistematicamente diferenciada.

Cole (2013; 2010) e Steele (2013) serão as fontes paradigmáticas para a construção desse capítulo, em virtude não apenas do resgate histórico realizado em suas obras a respeito da comunidade LGBTQ e de sua relação com os códigos do vestir, mas também por dialogarem diretamente com Butler (2015) e sua proposição acerca de identidades de gênero (binárias) constantemente negociadas e performadas em relação às pressões sociais externas e pessoais internas reguladas por discursos culturais.

De acordo com Steele (2013), em busca de estratégias de proteção e disfarce, o universo gay se encontra sempre um passo à frente estética e performativamente. Este fato se torna bastante visível no universo da moda, no qual diferentes grupos de influência gay lançam tendências ou táticas de comunicação e, conseqüentemente, autoproteção entre seus membros (fato que será trabalhado no decorrer do texto).

Cole (2000), em capítulo intitulado *Homosexuality, Class and Dress*²⁸ reforça a binaridade da divisão de gêneros, uma vez que se percebe que existe uma ênfase entre a separação masculino e feminino. Em tempos passados, afirma o autor, esta separação ocorria de maneira mais forte, sobretudo quando do processo de desenvolvimento da identidade homossexual. Para explicá-la falava-se em espírito feminino preso a um corpo masculino – o que acabou por influenciar a escolha de roupas deste público no início do século XX.

Segundo Steele (2013), muitos historiadores da sexualidade nutriam a crença de que o senso da identidade gay surgiu apenas no final do século XIX, paralelamente à invenção da palavra “homossexualidade”. Entretanto, reforça que subculturas homoafetivas têm sua origem ainda no século XVIII, em grandes metrópoles como Londres, Paris e Amsterdam.

A autora afirma que já durante o século XVIII se iniciou uma nova era sexual, marcada por uma revolução de gênero, em que diversos homens apresentavam um comportamento efeminado no trajar, agir, mover, falar etc. Eles não haviam se transformado totalmente em mulheres, mas, ao contrário do que se poderia pensar, criou-se um terceiro gênero, o qual contemplava aspectos da masculinidade e feminilidade simultaneamente.

Em seu texto *A Queer History of Fashion, From the Closet to the Catwalk*, Steele (2013) lança questões que buscam elucidar uma dúvida muito comum ao universo da moda: o porquê de os homossexuais serem os *trendsetters* (ou lançadores de tendências) dentro desta indústria. Junto a Shaun Cole (2013), no capítulo intitulado *Queerly Visible: Gay Men, Dress, and Style 1960-2012*, que por sua vez faz uma incursão histórica sobre a questão da roupa no universo homossexual desde o início do século XIX, esses autores pontuam importantes subculturas gays que exerceram uma forte influência na estética da moda dita “heterossexual”.

Escritos sob a perspectiva europeia, os textos de Steele (2013) e Cole (2013; 2000) são bastante elucidativos para a compreensão, de maneira mais genérica, das dinâmicas do uso da roupa e do corpo para comunicar, traçar elementos demarcadores de identidade sexual e, conseqüentemente, de pertencimento e diferenciação.

²⁸ Livro *Don We Now Our Gay Apparel: Gay Men's Dress in The Twentieth Century*.

Nosso objetivo ao redigir este excerto não é, de maneira alguma, destituir a moda homossexual do contexto da moda heterossexual, até porque compreendemos que ambas caminham juntas e influenciam o mercado de moda, bem como são influenciadas conjuntamente. Objetiva-se abordar, de maneira didática, como se deram os caminhos para o desenvolvimento da moda homossexual masculina que acabaram por culminar na estética ursina hipermasculina.

Percebemos, também, que tal incursão histórica possibilitará um maior aprofundamento do estudo da moda masculina, heterossexual ou homossexual, especialmente no Brasil, uma vez que reduzidas foram as fontes de pesquisa destinadas a abordar a temática sob a perspectiva pontuada.

Não se dedicar a escrever sobre a história dos gays e lésbicas na moda é ser cúmplice na perpetuação da negação sistemática que nutre o clima de vergonha e risco em torno do erotismo das relações entre o mesmo sexo (STEELE, 2013, p. 8).

Steele (2013, p. 7) afirma que se olharmos para a moda com olhos *queer*²⁹, sobretudo a partir da exploração da estética sensível e do uso de roupas fora da dinâmica convencional, as escolhas realizadas pelo público LGBTQ acabaram por se tornar centrais ao que a autora denomina como “moda moderna”.

Utilizando os argumentos de Kim Marra e Robert Schanke, no *American Theater*, a autora prossegue afirmando que a sexualidade é capaz de permear as crenças das pessoas, ações e relações sociais etc. Se se trata de uma força histórica, como muitos sugerem, então a sexualidade estaria longe de ser irrelevante; por esta óptica, de fato, é extremamente legítimo se questionar o porquê de homossexuais terem tamanha influência na moda³⁰.

Pactuamos desta ideia e por isso optamos por desenvolver um resgate histórico, com base em Steele (2013) e Cole (2000) sobre o contexto europeu, no qual será possível compreender as subculturas homoafetivas, bem como o modo como influenciaram a dinâmica da indústria da moda a partir das vivências dos fatos sociais à época em que se estabeleceram.

²⁹ Palavra utilizada para demarcar pessoas com orientação sexual não convencional, ou seja, fora dos padrões heterossexuais, ou de binarismo de gênero.

³⁰ “*In their history of homosexuality in the American Theater, Robert Schanke and Kim Marra argue that ‘sexuality permeates people’s beliefs, actions, and social relations’. If sexuality is a ‘historical force’, as they suggest, then it is ‘far from irrelevant’; it is, in fact, entirely legitimate to ask why homosexuals have played such an important role in fashion*” (STEELE, 2013, p. 8).

Seguiremos o modelo estabelecido por Shaun Cole (2000), em seu livro *Don We Now our Gay Apparel: Gay Men's Dress in the Twentieth Century*, no qual diversos arquétipos e subculturas gays são tratadas de maneira diacrônica, possibilitando uma maior compreensão da mudança de valores e padrões de comportamento e estética ao longo do século XX, culminando, por fim, no nosso objeto de estudo: os Ursos.

Em seu livro, Steele (2013) sugere como as maneiras dissidentes de se relacionar com a moda enquanto forma cultural têm resultado numa sensibilidade gay ou *queer* que incorpora estilos estéticos idealísticos e transgressivos.

O termo “Passarela” refere-se a décadas recentes, mais especificamente da década de 1970 em diante, quando gays e lésbicas foram crescendo em visibilidade e influência na moda. Por “performar” moda, geralmente para demarcar “códigos gays” para outros gays, pessoas LGBTQ, sendo profissionais de moda ou não, acabaram por incorporar e criar estilos subculturais e uma sensibilidade queer que influenciou profundamente a moda mainstream. Devemos chamar este processo de paradigma de moda de subcultura-para-moda mainstream. Entretanto, não é sempre fácil demarcar quando se encerra a subcultura e onde se inicia o mainstream, tão próximas elas foram entrelaçadas e por tanto tempo. Na realidade, todos os três conceitos – guarda-roupa, subcultura e passarela – frequentemente coexistem, e alguns dos primeiros estilos queer foram nada menos que enclausurados (STEELE, 2013, p. 12)³¹.

Cole (2000, p. 15) afirma que uma série de eventos ao término do século XIX foram essenciais para trazer à tona e popularizar a ideia do homem homossexual – ambos causando um grande impacto sobre o cuidado na auto identificação da orientação sexual de muitas pessoas nos vinte e cinco anos seguintes: o primeiro foi o

³¹ “The term ‘Catwalk’ refers to recente decades, roughly from 1970 on, when gays and lesbians were increasingly visible and influential players in fashion. By “performing” fashion, often in such a way as to convey ‘signs of gayness’ to other gays, LGBTQ people, whether fashion professionals or not, have been instrumental in creating queer subcultural styles and a queer sensibility that have profoundly influenced mainstream fashion. We might call this the subculture-to-mainstream paradigm. However, it is not Always easy to tell where ‘subculture’ ends and mainstream fashion begins, so closely have they been intertwined and for so long. In reality, all three concepts - closet, subculture, and catwalk - frequently coexisted, and some of the earliest queer styles were anything but closeted” (STEELE, 2013, p. 12).

juízo de dois garotos de programa (masculinos) cross-dressers³², em 1871; o segundo foi o juízo de Oscar Wilde.

De acordo com o autor, a prisão e juízo de Ernest Boulton e Frederick Payne (figura 2), em 1871, levantou o questionamento sobre quão visível era a subcultura homossexual na cidade de Londres e quão aberto era o “travestismo” deles para ser configurado um crime. Para muitos, o caso dos dois não chegou a ser demonizado em virtude de o conceito de homossexualidade ainda estar em processo de desenvolvimento, uma vez que muitas pessoas que cruzavam com “Fanny” e “Stella” (figura 2) nas ruas apenas viam o que gostariam de ver: mulheres.



Figura 2: Fanny (direita) e Stella (esquerda). Fonte: Daily Mail.

<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2271845/Arrested-cross-dressing-Meet-Fanny-Stella-Victorian-gentlemen-shocked-Britain-prosecuted-unnatural-offence-transvestites.html>

No caso do famoso Dândi, Oscar Wilde (figura 3), os efeitos de seu juízo foram enormes, não apenas por ter criado a imagem pública do homossexual, mas por ter ocasionado como resultado a controvérsia entre o espaço público e privado.

³² Pessoa que veste roupas do outro sexo.

Tornou-se comum que homens gays com alto poder aquisitivo fugissem das ilhas britânicas para o Continente, objetivando realizar seus encontros amorosos e sexuais, temendo a exposição de seus estilos de vida e atividades de cunho íntimo (COLE, 2000, p. 16).



Figura 3: Oscar Wilde. Fonte: Pinterest.

Outra também consequência do julgamento do escritor foi a associação da homossexualidade à questão das classes sociais abastadas:

Alan Sinfield chama atenção para o fato de que, no tempo do julgamento de Oscar Wilde “efeminação ainda era flexível, com um potencial de se refutar a homossexualidade, bem como implica-la”. Quando Henry Labouchère virou-se contra Oscar Wilde em julho de 1883, escreveu que ele era um “efeminado formulador de frases”. Isso associando a estética à paixão pelo mesmo sexo. Como resultado, **a estética tornou-se um componente da imagem emergida do homem gay** (grifos nossos). Apesar do envolvimento de uma grande quantidade de grupos socioeconômicos na subcultura homossexual do final do século XIX, foi a ideologia das classes altas que pareceu ter dominado o imaginário popular, provavelmente

porque havia mais claramente identidades homossexuais definidas entre esse tipo de homens [...], e dinheiro e mobilidade para fazer contatos homossexuais (COLE, 2000, p. 17)³³.

Essa relação entre classe e homossexualidade persistiu até pouco depois da Segunda Guerra Mundial, e representou um importante fator de impacto na adoção de vestimentas e adornos para homens gays. Assumiu-se, segundo Cole (2000), que o *queer* estava associado às classes sociais mais altas, e um desses indicadores era o anel no mindinho (tanto para burgueses quanto para homossexuais, ou os dois), por exemplo.

Outro comportamento que se tornou suspeito foi o dos homens boêmios, uma vez que possuíam condutas e gostos fora do convencional, como cabelo grande, roupas coloridas e interesse por artes, refutando muitas vezes o casamento ou uma vida em busca de riquezas.

“Para muitas pessoas da classe trabalhadora, homossexualidade era, em sua maior parte, identificada com o privilégio das classes sociais mais altas, e respeitada e desprezada como tal ³⁴” (COLE, 2000, p. 19). No caso de homossexuais pertencentes à classe trabalhadora, por volta dos anos 1940 e 1950, pode-se dizer que existiam códigos de vestir bastante específicos, de modo a facilitar a identificação de seus pares. Foram eles: o uso de roupas que seriam consideradas “*fashion*”, mas que passassem despercebidas para aqueles que estivessem fora deste círculo homoafetivo, ou o uso de palavras (como gay) que era conhecidas nos espaços de sociabilidade homoafetivos, mas que não seriam marcantes para os “*outsiders*”³⁵.

Cole (2000) afirma ainda que para a maioria das pessoas da classe trabalhadora ou classe média, as primeiras três décadas do século XX foram difíceis por serem eles

³³ “Alan Sinfield draws attention to the fact that at the time of the Oscar Wilde trials ‘effeminacy was still flexible, with the potencial to refute homosexuality, as well as to imply it’. When Henry Labouchère turned against Oscar Wild in July 1883, he wrote of him as ‘na effeminate frase-maker’. This to na extent associated aestheticism with same sex passion. As a result aestheticism became a componet in the image of the gay man as it emerged. Despite the involvement of a wild range of socio-economic groups in the homossexual subculture of the late nineteenth century, it was the ideology of the upper classes that appears to have dominated, probably because there was a more clearly defined homossexual identity amongst those man [...], and the Money and mobility to make homossexual contact” (COLE, 2000, p. 17).

³⁴ “From the working-class point of view, homosexuality was, for the most part, identified with leisure-class privilege, and was respected and despided accordingly” (COLE, 2000, p. 19).

³⁵ Pessoas que não fazem parte do universo que está sendo narrado.

motivos de pena e escárnio, em especial quando possuíam uma sexualidade “duvidosa”. Consideramos interessante, entretanto, o fato da estética das classes populares tornarem-se atraentes já nesta época, em virtude de representarem a “autêntica masculinidade”. O que levou a uma observação no mínimo interessante por parte dos membros desta subcultura: de que seus guarda roupas poderiam refletir o tipo de homens que eles desejavam ser, ou ainda, que desejavam ter (COLE, 2000, p. 21).

A Segunda Guerra Mundial se constituiu como um ponto de mudança não apenas para a estética da moda feminina, mas também no que tange aos grupos homossexuais. Ocorre que os ambientes de luta tornaram-se espaços de sociabilidade entre pessoas do mesmo sexo. Para além disso, o uso de uniformes militares acabou por se popularizar entre o estilo de vestimenta e indumentária homossexual – uma vez que se tornou um fetiche (figura 4). “A escolha por roupas militares estava geralmente limitada a espaços privados em que os homossexuais poderiam ser eles mesmos, e os uniformes se tornaram uma escolha popular nos bailes *Art and Drag* para homens que não gostariam de fazer *cross dress*” (COLE, 2000, p. 21)³⁶.

³⁶ “*These dress choices were often limited to private spaces where homosexuals could be themselves, and so uniforms became a popular choice at the Arts and Drag Balls for men who did not want to drag up*” (COLE, 2000, 21).



Figura 4: Two sailors ca. 1940-1945 | “Love and War” exhibit at the Kinsey Institute Gallery. Fonte: Pinterest.

Os clones, modo como são chamados homens que se apropriam da estética masculina de homens trabalhadores, acabaram por popularizar a adoção de uniformes em espaços privados e relacionados às suas práticas sexuais.

3.2 A IMAGEM EFEMINADA

A imagem afeminada tem sido associada a homossexuais masculinos há muito tempo. De acordo com Cole (2000, p. 31), este estereótipo passou a existir tão logo a homossexualidade passou a ser nomeada. Segundo o autor, no final do século XIX e início do século XX a imagem do “fairy³⁷” era a única a ser lembrada como imagem pública do homossexual.

³⁷ Gay afeminado que em tradução literal seria “fada”.

Segundo Cole (2000, p. 31), nos anos 1920, em Nova York, esta estética era utilizada como estratégia para atrair potenciais parceiros “heterossexuais”, através de uma estratégia do uso do “script cultural”, fazendo uso de características naturalizadas pelo gênero oposto.

Embora fosse comum esta associação ao feminino, poucos homens utilizavam toda a indumentária feminina. O uso desta estética era restrito a espaços privados, ficando apenas o uso de um ou outro item da indumentária feminina como demarcador de sua orientação sexual. Outra estratégia era o uso da gravata vermelha, que mesmo sendo um item tradicionalmente masculino, passou a ser adotado por homens homossexuais como forma de se reconhecerem em espaços públicos.

Para muitos homens gays, o estilo efeminado acabou por ser abandonado à medida que iam ficando mais velhos e maduros: alguns por perceberem que não se sentiam atraídos pelo estilo, utilizando-o apenas como uma porta de entrada e reconhecimento para o subgrupo em questão; outros por ponderarem questões profissionais, que ficavam comprometidas devido a sua performatividade. Para além disso, muitos homossexuais afeminados eram vítimas de violência física e sexual, e corriam o risco de serem presos por trajar maquiagem e indumentária feminina.

Nos anos 1960, a estética afeminada ficou restrita apenas ao uso de lápis de olho e máscara para cílios. O uso de perucas, joias ou até mesmo a prática do drag (cross dress) eram um convite à prisão, sendo utilizados apenas em locais específicos, como o famoso bar The Stonewall Inn., em São Francisco, que posteriormente viria a ser palco de uma das maiores revoluções LGBTQ conhecidas na história - A Revolta de Stonewal³⁸.

³⁸ Stonewall-Inn era o nome de um bar lgbtq, localizado no bairro Greenwich Village de Manhattan, Nova York, no qual gays, lésbicas e drag queens performavam. Em Julho de 1969 a polícia invadiu o lugar e o fechou sob a alegação de que não possuíam licença para vender bebida (prática comum por parte das autoridades), levando presas muitas drag queens. Desta vez, no entanto, houve resistência por parte do grupo injustiçado, o que se tornou uma grande oportunidade para lutar por direitos civis iguais. Foram dois dias de luta. A data ficou na história como o Dia do Orgulho Gay, motivando paradas e marchas por todo o mundo (HENNEN, 2008).

3.3 GAY E “INVISÍVEL”

Nem todos os homens homossexuais se sentiam confortáveis em incorporar o arquétipo efeminado. Assim, enquanto existiam aqueles que empunhavam a bandeira de luta e incorporavam uma performatividade associada à imagem do feminino, havia aqueles que optavam por uma presença mais discreta, sobretudo nos anos entre 1930 e 1950, no qual existia um grande medo de exposição, chantagem e prisão. Tanto nos Estados Unidos como no Reino Unido, existia uma certa “caça às bruxas” aos homossexuais (COLE, 2000, p. 59).

O modo de vestir desses homens mais discretos consistia no mesmo modelo incorporado pelos heterossexuais, ou seja, seguiam as convenções sociais. Logo, o uso de ternos escuros e camisas discretas era o padrão adotado. A ideia era vestir-se de maneira respeitável, no qual as pessoas não lessem que por trás daquela imagem existia um “queer”.

Enquanto homens efeminados utilizavam de sua performatividade para demarcar sua orientação sexual mais publicamente, os homens de estilo mais discreto passaram a desenvolver códigos que possibilitassem sua identificação apenas entre membros da comunidade homoafetiva:

Acessórios como gravatas vermelhas ou sapatos de camurça foram usados para permitir que homens gays pudessem reconhecer uns aos outros sem chamar a atenção dos não iniciados. Eles eram tão efetivos que pesquisadores expressaram repetidas vezes sua surpresa em relação à habilidade dos homens gays de identificarem-se, atribuindo tal fator ao sexto sentido. [...] Thomas Painter observou que sapatos escuros de camurça marrons e cinza eram “praticamente de monopólio homossexual”. No Reino Unido, nos anos 1930, sapatos de camurça eram praticamente um sinal de desvio. Stephen “lembra o quão mau sinal era utilizar casaco de pele de camelo e sapatos de camurça!”³⁹ (COLE, 2000, p. 62).

³⁹ “Accessories, such as red ties or suede shoes, were used to allow these gay men to recognise one another without drawing the attention of the uninitiated. They were so effective that researchers repeatedly expressed their astonishment as gay men’s ability to identify each other, attributing it to something akin to a sixth sense. [...] Thomas Painter observed that dark brown and grey suede shoes were ‘practically a homosexual monopoly’. In Britain in the 1930s suede shoes were a sure sign of deviancy. Stephen ‘distinctly remember[s] it was a very bad sign for people if they wore camel hair coats and suede shoes!’ (COLE, 2000, p. 62).

Por volta dos anos 1950, entretanto, com o relaxamento de algumas convenções sociais nas roupas de lazer, o estigma do sapato de camurça passou a ser deixado de lado. Vale ressaltar que o uso de determinadas cores, como no caso das gravatas vermelhas, também atuava enquanto indicativo de orientação sexual.

É curioso revisitar a história e observar que, durante os anos 1950, alguns jornais dedicavam parte de suas reportagens a tentar aconselhar seu público a identificar um homossexual a partir da descrição de artefatos de moda.

Deve-se frisar que muitos desses homens que adotavam uma imagem mais discreta não o faziam apenas para se proteger de possíveis perseguições. Ocorre que muitos compreendiam que havia outras maneiras de agir, de se vestir, de ser gay, ou seja, agiam de modo diferente objetivando atrair homens com a mesma estética.

Não por acaso, em decorrência dessa imagem mais discreta, surgiram os “homens que incorporavam homens”, ou seja, os “clones”: homossexuais que reivindicavam uma estética masculina da classe trabalhadora, reformulando, assim, a imagem que havia sido cristalizada do homossexual.

3.4 “CLONES” E O ESTEREÓTIPO MASCULINO

Os anos 1960 foram impactantes para a história em vários sentidos, uma vez que representaram uma mudança de comportamento e paradigmas sociais que até hoje são lembrados. Em se tratando de uma geração remanescente de um pós Segunda Guerra Mundial, não é de se surpreender que a controvérsia, o escárnio, a desconstrução das formalidades tomassem espaço entre muitos grupos populares.

O movimento de contracultura surgido nesta década possibilitou uma maior liberdade sexual e, com isso, um questionamento sobre os papéis desempenhados socialmente. Assim, se os homens heterossexuais estavam abandonando a formalidade e rígidos códigos do vestir, o movimento de liberdade gay iniciou o questionamento sobre estilos de vida por parte de seus membros.

Enquanto alguns homossexuais optavam pela imagem “*gender fuck*” – ou seja, da desconstrução dos padrões de gênero -, outros consideravam tal posicionamento um tanto quanto radical, adotando uma imagem masculinizada. “O mundo

heterossexual nos disse que se nós não formos masculinos, nós somos homossexuais, que ser homossexual significa não ser masculino... uma das coisas que nós devemos fazer é nos redefinir enquanto homossexuais⁴⁰ (COLE, 2000, p. 93)

Alguns dos estereótipos explorados pelo autor foram, por exemplo, os *leather* ou motociclistas (amantes do couro, projetavam uma imagem de rebeldia e masculinidade) e o cowboy, ambos decorrentes da apropriação de imagens em revistas masculinas de apelo ao físico.

De acordo com Cole (2000, p. 94), essas imagens representavam um tradicional, mas não conformado, aspecto da masculinidade, e que eram utilizados pela mídia para jogar com a virilidade e sexualidade, tendo sido reconhecidos e absorvidos pela população LGBTQ.

Cabe reforçar que quando os clones fazem uso da imagem hipermasculina e repudiam o feminino, não estão necessariamente confrontando as lógicas de gênero estabelecidas socialmente, mas reforçando-as. Tais divisões trazem à superfície a ideia da binaridade de gênero, dividindo este espectro em apenas duas categorias: o masculino e o feminino.

Certas imagens adotadas, como o cowboy ou o lenhador, remetiam ao que seria a origem da virilidade e da masculinidade, como se, de algum modo, estas resgatassem o que houvesse de mais autêntico deste estilo de vida.

À medida que a estética de negação do feminino passou a ser mais e mais adotada, tornou-se conhecida como “clone”. Os homens que adotavam esta estética não escondiam o orgulho de se ver cada vez mais distintos da “multidão” – neste ponto, entende-se por multidão os homossexuais que performavam feminilidade (COLE, 2000, p. 94).

A apropriação realizada pelos clones ocupa um espaço de subversão corporal (nas palavras de Judith Butler). De acordo com Cole (2000), enquanto heterossexuais utilizam códigos de vestir e se comportar de maneira mecânica, homens gays que se apropriam desta estética, fugindo do imaginário popular sobre como deve ser/agir

⁴⁰ “The straight world has told us that if we are not masculine we are homosexual, that to be homosexual means not to be masculine... one of the things we must do is redefine ourselves as homosexuals” (COLE, 2000, P. 93).

um homossexual, possuem total conhecimento dos códigos sociais e os utilizam de maneira bastante estratégica.

Clones utilizam sua indumentária de uma maneira conscientemente justa de modo a valorizar seus atributos físicos. Eles mantêm seus cabelos curtos, barbas e bigodes cortados, e a roupa ajustada e combinando. As roupas usadas pelos clones possuem uma maneira um tanto quanto diferenciada dos significados originais [...], ou seja, elas eram utilizadas exclusivamente para fazer seu usuário parecer sexy e atrativo para outro homem. Ao adotar a imagem que foi baseada na imagem de um heterossexual masculino, homens gays caminham na corda bamba entre uma imitação heterossexual e uma interpretação que os poderia identificar não apenas como homens reais, mas também como homens reais gays. O visual macho serviu a um duplo propósito, ao mesmo tempo que atraía outros homens gays, também atuava como uma forma de autoproteção (COLE, 2000, p. 95-96)⁴¹.

De acordo com uma das fontes do autor, o objetivo dos clones era confundir os heterossexuais nas ruas, e exemplifica citando um homem que caminha pela rua trajando uma jaqueta de couro: ninguém pensaria que se trata de um gay, mas de alguém que é capaz de oferecer risco ou problema. No entanto, para outros homossexuais, se tratava de uma estratégia de utilizar códigos específicos, resignificando-os para enviar uma mensagem para seus pares. Tratava-se de uma paródia do masculino.

A indumentária dos clones consistia em uma estrutura montada para valorizar aspectos eróticos e sensuais do corpo daqueles que dela fizessem uso. Assim, a calça 501 da Levi's, acompanhadas de camisas justas, marcavam o corpo, revelando o contorno de genitálias, músculos e nádegas – inclusive evitando o uso de roupas íntimas. Alguns homens optavam por desabotoar seus jeans de modo a informar que sua genitália era tão grande que “saltava” da calça.

⁴¹ *“Clone wore their garments in a self-consciously tight manner in order to enhance their physical attractiveness. They kept their hair short, beards and moustache clipped, and clothing fitted and matched. The clothes worn by the clones have a quite diferente meaning from the clothe's original meaning [...], that is, they [were] used explicitly to make one appear sexy and attractive to other men. In adopting na image that was based upon a heterossexual macho image, gay men walked a tightrope between straight imitation and na interpretation that could identify them not only as real men but as real gay men. The macho look served a dual porpose, in that whilst attracting other gay men it also acted as a form of self-protection”* (COLE, 2000, p. 95-96).

Cabe ressaltar, entretanto, que clones, ao adotarem este estilo de vida, compartilhavam de certos hábitos, como por exemplo, o de frequentar ginásios e academias de ginástica, associados a uma dieta balanceada. “Ter um bom corpo, ao menos inicialmente, era tão importante quanto ter as roupas certas⁴²” (COLE, 2000, p. 97). Quando o autor pontua sobre “as roupas certas”, afirma que não se trata do uso de qualquer jeans ou de qualquer camisa de flanela, por exemplo, mas sim da marca, estilo, cor, modelagem específicos.

Havia quem dissesse que para ser um clone seria necessário seguir um “Manual Butch”, o qual reiterava a importância do uso do modelo 501 da Levi’s, ou seja, da calça correta para moldar perfeitamente coxas, pênis, testículos etc. (COLE, 2000; STEELE, 2013), o que posteriormente foi confirmado por nossos entrevistados.

Observamos que, embora se constitua enquanto um espaço de estética e estilo de vida que represente resistência a certos códigos sociais, os ambientes homoafetivos se mostraram, assim como ainda se mostram, locais de forte violência simbólica. Elaborados códigos de agir e consumir marcas específicas e/ou acessórios serviam (e servem) para denotar preferências em práticas sexuais, mas também para reprimir ou excluir aqueles que pertenciam a outras classes sociais, estilos de vida ou que fenotipicamente diferiam do grande grupo.

Ironicamente, foram exatamente estes atos de “zombaria” para com a alteridade (característico dos clones) que influenciaram fortemente o surgimento e formação da subcultura homoerótica ursina, uma vez que estes sofreram diversos tipos de sanções (em especial nos anos 1980, período em que a subcultura surgiu) por trazerem consigo capitais pouco valorizados por uma grande parcela da comunidade LGBTQ: gordura, idade avançada e pelos.

A construção das identidades homossexuais ao longo dos tempos mostra-se diretamente relacionada a um jogo de “esconde e mostra” existente desde o final do século XVIII. O que acontece é que, com a popularização da palavra homossexualidade, atrelada à criminalização de “tais atos libidinosos” e de homens que tivessem afinidade a tais práticas sexuais, muitos homossexuais tiveram de buscar estratégias para existir e para passar despercebidos, sendo apenas

⁴² “Having a good body was, at least initially, as important as having the right clothes” (COLE, 2000, p. 97).

reconhecidos por aqueles que compartilhassem do mesmo estilo de vida e práticas de afetividade.

Torna-se comum ouvir, como bem trata Cole (2013), em seu texto *Queerly Visible: Gay Men, Dress, and Style 1960-2012*, que a moda homossexual é amplamente copiada por heterossexuais, exercendo uma enorme influência no que tais homens irão trajar a curto e longo prazo. O que o autor reforça, sabiamente, é que, ao contrário do que afirma o senso comum, existem muitos gays que se vestem tão mal⁴³ quanto alguns homens heterossexuais.

Interessa-nos observar, mais especificamente, o modo como a moda tornou-se um tanto quanto restrita e pouco passível a alterações no universo masculino, sobretudo após a Revolução Industrial. A necessidade de transmitir mensagens e informações ligadas à hierarquia, seriedade e ao capitalismo, impossibilitou que muitos homens, por muitos anos, ousassem em sua indumentária. Este fato foi sofrendo um leve processo de alteração, como afirma Crane (2006), quando da ocupação de atividades de lazer, no qual o terno e as roupas de trabalhos puderam ser substituídas por gostos um tanto quanto pessoais.

Ainda assim, o público masculino heterossexual permaneceu por muito tempo resistente à mudança. Observa-se que ainda existe o medo de ter sua imagem associada a uma condição homossexual, muito embora elogiem e admirem o modo como homens gays se vestem (COLE, 2013).

As discussões e categorizações supracitadas são uma tentativa de apresentar as diversas imagens negociadas e desenvolvidas ao logo das décadas, não apenas no universo masculino heterossexual, mas também (e especialmente) no universo masculino homoafetivo.

Reforçamos que, sobretudo na atualidade, tal divisão “nos/eles” apresenta-se de maneira virtual, sobretudo na moda. Cole (2013, p. 138) cita Michael Bracewell quando este afirma que o que existe, na realidade, são noções de estilo que se adaptam à sexualidade dos indivíduos.

Gays e heterossexuais utilizam as mesmas roupas, o que os diferencia é exatamente o modo como a roupa é fruída por cada um deles, entendendo que no

⁴³ Com pouco senso estético ou com dificuldades em articular objetos de moda (em especial aqueles que compõem as tendências de consumo).

universo homoerótico, a criatividade (para passar despercebido a olhos não treinados) e o estar bem vestido a partir do uso de um código restrito (flerte) ocupam um lugar central nesta dinâmica. É como se, o tempo todo, majoritariamente, esse universo social estivesse sempre um passo à frente, uma vez que conseguem jogar (de maneira bastante divertida) como o gênero.

Quando Cole (2013) e Steele (2013) apresentam as diversas subculturas homoafetivas masculinas, fazem-nos compreender que muito do estilo homossexual é construído a partir da emulação da imagem do seu objeto de desejo, tal qual os clones fazem.

Citamos algumas das estéticas adotadas por homens gays ao longo dos dois últimos séculos, mas reforçamos a existência de muitas outras imagens e subgrupos. Nosso interesse centrou-se em apresentar as mudanças de paradigmas quanto à masculinidade e aos códigos de vestir homossexuais que culminaram na estética adotada pelos Ursos (especialmente na Cidade do Recife – PE) – entendendo-os como uma subcultura com estética Clone (mas que ressignificou elementos corporais de pouco valor para este público) e que reforçam, sobremaneira, os aspectos tradicionais do performar masculinidade.

No capítulo a seguir serão apresentados os Ursos de maneira geral, a partir de um olhar que preferi chamar de “generalista”, que trata toda uma subcultura como algo padronizado, independentemente do local a que façam parte. A importância dessa abordagem, antes da apresentação da pesquisa de campo, se dá no sentido de preparar o leitor para compreender em que aspectos de seu comportamento e formas de vestir os Ursos recifenses reforçam ou fogem desse padrão mais geral, ou seja, trata-se de uma forma de facilitar o processo de compreensão sobre os aspectos de seu estilo de vida que lhes são particulares (a partir de sua vivência, regionalidade, história etc.).

4 URSOS URBANOS

Uma vez realizada uma ampla investigação bibliográfica sobre os Ursos (CERQUEIRA & SOUZA, 2015; MOSKOWITZ et al, 2013; SHILT, 2009; TEXTOR, 1999; FEHLBAUM, 2015; MARMOLEJO, 2004; HENNEN, 2008; DOMINGOS, 2010), entendemos este capítulo como um prólogo de uma história que vem sendo construída. cremos que este é o primeiro passo a ser dado para que se chegue à compreensão das especificidades estéticas e performativas ursinas na cidade do Recife e Região Metropolitana.

Como dito, objetiva-se vislumbrar suas dinâmicas sociais a âmbito global para, em seguida, compreender-se como as características locais destes Ursos nordestinos contribuem para a criação de uma imagem que lhes seja própria. Compreende-se como necessária uma explanação sobre o que se tem popularizado acerca da imagem do Urso (normalmente estereotipada e generalista) para, em seguida, poder cruzar os dados obtidos na pesquisa de campo, entrevistas e observação participante.

Marmolejo (2004), Hennen (2008) e Domingos (2010) foram fundamentais para o entendimento da dinâmica ursina ao nível global, uma vez que apresentaram a subcultura a partir de perspectivas geográficas e culturais específicas: México, Estados Unidos e Brasil, respectivamente.

O trabalho publicado por Marmolejo (2004) possui como interesse a análise do movimento gay da Cidade do México nos últimos 25 anos. Sendo militante e participante de movimentos sociais, optou por trabalhar com Ursos como uma forma de reduzir tensões sociais que havia observado dentro dos espaços homoafetivos e que poderiam dificultar seu trabalho. Deste modo, os Ursos mexicanos se mostraram ideais para a realização de etnografia e para o estudo de certas categorias sociais e de gênero como masculinidade, corpo, identidade.

Com um livro fruto de uma ampla etnografia a partir da imersão em espaços de convivência e sociabilidade de três subculturas homossexuais distintas dos Estados Unidos, Hennen (2008) investigou os modos de apresentar e exercer a

homossexualidade dos Faeries⁴⁴, dos Leathermen⁴⁵ e dos Ursos, nosso objeto de estudo. Merece destaque o modo como descreveu algumas de suas vivências durante a pesquisa etnográfica, apontando as facilidades para se infiltrar no campo por ser homem, de etnia branca e homossexual, fazendo-me refletir sobre como trabalhar dentro deste universo homoafetivo com estética bem estabelecida, uma vez que não me enquadro em nenhum destes demarcadores identitários.

Domingos (2010), em sua dissertação de mestrado enfatiza as discussões em torno do sujeito, discurso e enunciado dos Ursos. O conteúdo de sua obra faz um resgate histórico sobre o Urso enquanto representação de uma das diferentes subculturas homoafetivas, concomitante à análise dos dados adquiridos a partir de visitas a espaços de discussões e de sociabilidade virtuais utilizados pelos membros desta subcultura. Assim como Marmolejo (2004), Domingos (2010) foi fundamental por proporcionar a reflexão sobre o que é ser um Urso brasileiro, tropical.

4.1 QUEM SÃO

A subcultura ursina caracteriza-se majoritariamente por ser composta por homens pesados ou corpulentos, peludos e barbudos. Em sua maioria são maduros, não constituindo isso um critério de pertencimento (há muitos jovens que também se denominam Ursos). Reivindicam para si traços físicos e comportamentais associados ao imaginário masculino, associando-se muitas vezes à estética e comportamento hipermasculino conferido aos homens heterossexuais.

De acordo com Domingos (2010), este público é formado, em grande parte, por homens com ensino superior completo e estabilizados profissionalmente, sendo ativamente participativos na comunidade a qual fazem parte. Ainda segundo o autor, este movimento caracteriza-se como algo visivelmente metropolitano.

⁴⁴ Homens que se isolam em espaços do campo para desempenhar sua feminilidade sem nenhum tipo de culpa ou medo.

⁴⁵ Homossexuais amantes das motocicletas e do couro e que apresentam como característica principal a hipermasculinidade, sendo muitos de seus indivíduos adeptos da prática sexual do sadomasoquismo.

Como bem expõe Didier Eribon (2008), a liberdade oferecida pelas vidas metropolitanas contribui para que gays deixem suas identidades homogêneas e adiram a outras socialidades sexuais. Segundo, está diretamente ligado a uma economia capitalista: pelo perfil sócio-econômico do urso traçado pela revista, ele é também um potencial consumidor no filão do *Pink Money*⁴⁶ (DOMINGOS, 2010, p. 10).

Quanto à definição do que seria Urso, ainda há muitas controvérsias. Há quem considere que qualquer pessoa que se identifique como um Urso já o é, inclusive aqueles que não possuam os atributos físicos acima descritos, mas que possuam uma postura “masculina”. Outros defendem que a característica física é essencial, bem como adotar o modo de vida ursino; o que inclui sua condição de homossexual (DOMINGOS, 2010).

Embora possuam um elevado perfil econômico, é comum aos Ursos valorizarem e adotarem uma imagem da classe operária, prezando pela estética hipermasculina. Assim, tipos rústicos como o lenhador, trabalhador braçal, caminhoneiro, cowboy são algumas das imagens adotadas por esses homens uma vez que “para, alguns, os ursos representam um elo na continuidade histórica da figura do ‘gay másculo’” (DOMINGOS, 2010, p. 19).

Ainda segundo o autor, importa ao Urso uma resignificação da masculinidade para além da atribuição de que esta seja uma condição heterossexual; ou ainda para além da ideia de que ser gay é abrir mão de sua virilidade e/ou de seu corpo físico de macho. É possível reunir ambos os predicados em um mesmo sujeito.

Edward Lucie-Smith atribui⁴⁷ os recursos iconográficos de Ursos à herança advinda dos filmes de gladiadores (figura 5) protagonizados por homens fisiculturistas nos anos cinquenta. Os operários que atuaram enquanto modelos fotográficos do fotógrafo Angelino Old Reliable também são assinalados como algumas das primeiras imagens que dariam sustento à estética erótica dos Ursos, uma vez que representavam atitude de rudeza e desafio (MARMOLEJO, 2004).

⁴⁶ Descrição do poder de compra da comunidade LGBTQ.

⁴⁷ Na introdução do livro *The Bear Cult: Photographs*.



Figura 5. Capa do Filme Duelo de Titãs, de Steeve Reeves.

Alguns bares como o Warehouse VIII, o The Rack, o Tacky's, na cidade de Fort Laudelart, Miami também foram apontados por Marmolejo (2004) como espaços de convivência ursinos. Outros espaços foram as festas privadas em bares da cidade, práticas desportivas e excursões a locais próximos como o Key West, ao sul da Flórida.

De acordo com Marmolejo (2004), Larry Reams foi o primeiro a encontrar a expressão Urso referindo-se a um estilo de vida gay. Outras boas fontes foram os arquivos do Clube de Motociclistas Satys, em Los Angeles, no qual Larry Reams apresenta propostas de formação de uma comunidade ursina por volta do ano de 1966. Les Wright, por sua vez, cita o ano de 1975 e o grupo de amantes *Papa Bear*, em Dallas.

A primeira descrição sobre Ursos associados a uma comunidade gay foi feita no artigo *Who's Who in the Zoo: a Glossary of Gay Animals*, escrito por George Mazzei (apud MARMOLEJO, 2004) na revista *Advocate*, em 26 de Julho de 1979. Neste texto Mazzei faz uma descrição do que seriam os Ursos a partir de características e elementos que se costumam associar ao que seria uma atitude de "macho", ligando-os a imagens concretas de seus corpos, vinculando-os a operários e jogadores de futebol americano, com peitorais e barrigas proeminentes e pernas musculosas. O autor descreve ainda algumas características gerais de Ursos, que notadamente também são citadas por diversas referências utilizadas para a construção desta tese: barba e bom senso de humor; também são amantes de cerveja e whisky (MARMOLEJO, 2004; HENNEN, 2008).

De acordo com Marmolejo (2004), em termos de comportamento, são amorosos, fiéis, afáveis, doadores de bons abraços. Mesmo aqueles que são apreciadores da cultura masoquista e usuários de couro, por exemplo, permanecem sendo ternos. Gostam de brincar com seus mamilos e com o de seus companheiros, apreciam a vida em duas rodas, embora não compreendam muito de mecânica. O autor diz que esta descrição foi o primeiro esforço reconhecido de se tentar marcar as características e limites constitutivos dos Ursos.

Hennen (2008) afirma que se trata de um grupo convencional cujos membros apreciam estar próximo a outros homens que também sejam grandes, gordos e peludos, diferindo da estética “ideal” reinante no universo homoafetivo, ou seja, de que ser um homossexual masculino é possuir trejeitos afeminados e corpo perfeito. “De acordo com a concepção popular do século XIX acerca do homossexual como ‘invertido’, homens gays eram ‘mulheres presas em corpos masculinos’”⁴⁸ (LEVINE, 1998, p. 1 apud HENNEN, 2008, p. 197). O autor conclui que esses homens buscam normalizar e naturalizar a masculinidade gay, esforçando-se para adquirir um status de “homem regular”.

Durante sua imersão ao campo, Hennen (2008) observou uma brincadeira entre os investigados no qual eles se chamam de “Priscila, a Rainha do Deserto”, fazendo referência ao comportamento exageradamente feminino das *drag queens*. Observou-se que, no contexto mais geral de sua pesquisa, assim como muitos homens heterossexuais o fazem, há frequentemente uma associação da imagem do feminino a algo indesejado, sendo, conseqüentemente, motivo de piadas que reforçam um comportamento heteronormativo. Para o autor, os Ursos reinvestem numa masculinidade normativa a partir de práticas inovativas e de resistência sexual. Tratando sobre definição do que constituiria um Urso, Hennen (2008) pontua que inúmeras foram as respostas dadas por seus informantes. Percebe-se que fazer parte desta subcultura, como muitos autores afirmam, vai além de características físicas, constituindo parte de um *lifestyle* caracterizado por atitudes particulares.

⁴⁸ “According to the popular nineteenth-century conception of the homosexual as ‘invert’, gay men were really ‘women trapped in men’s bodies’” (LEVINE, 1998, p. 1 apud HENNEN, 2008, p. 197).

Então o que é um Urso? Respostas a esta questão revelam a variedade de possibilidades, mas a maioria referencia o corpo ursino como uma tentativa de descrever como seria um Urso típico ou para refutar a ideia que Ursos podem ser definidos exclusivamente pelos seus corpos. Como Travis, um dos meus informantes, colocou “você sabe, atributos físicos como parrudez, altura, peso, quantidade de pelos faciais, coisas por essa linha. Mas outras pessoas enxergam como sendo 90% atitude, 10% aparência”. O que constitui uma atitude ursina? As respostas que encontrei vão do “natural, pés no chão, fácil de lidar, gosta de se divertir” (Larry) ao “próximo da comunidade heterossexual em gostos” (Brian), a “senso de independência” (Burt), a “uma despreocupação com o corpo” e “uma coisa masculina” (Grant) (HENNEN, 2008, p. 1411)⁴⁹.

Nascida de um contexto de resistência, a imagem ursina foi construída a partir do que se proclama a “autenticidade masculina”, fazendo com que seus membros possam não apenas se associar à imagem do camponês, como também à do homossexual. Hennen (2008) chama atenção para a diferença entre a forma exageradamente masculina com que os adeptos do couro se comportam em comparação à forma mais natural e “autêntica” com que os Ursos se apresentam, o que, em termos de composição de seu visual inclui o uso de jeans, chapéus de baseball, camisetas, camisas de flanela e barbas. “O Urso apresenta-se ao natural, rural, até mesmo com imagem relativa à floresta, ursos possuem uma imagem em comum, assim como bigodes cheios... Eles são garotos normais – apenas são gays⁵⁰” (SILVERSTEIN & PICANO, 1992, p. 128-30 apud HENNEN, 2008, p. 1424).

Bears jogam com uma dualidade constante, que possui aspectos contraditórios aos olhos heteronormativos: são homossexuais, mas possuem comportamento e estética de “macho” nada afeminado. Ao mesmo tempo, são sensíveis, camaradas, distribuem “abraço de urso”, prezam pela aceitação do ser “gordo” e “velho” (dois adjetivos amplamente estigmatizados no universo gay - envelhecer e engordar

⁴⁹ *Just what is Bear? Responses to this question reveal a variety of answers, but almost all reference the Bear body, either in an attempt to describe what the typical Bear looks like or to refute the idea that Bears can be defined exclusively by their bodies. As Travis, one of my interview subjects, put it, “You know, physical attributes such as stockiness, height, weight, how much facial fur you have, things along those lines. But other people see it as being 90 percent attitude, 10 percent looks.” What constitutes Bear attitude? Responses I encountered ranged from “natural, down to earth, easy going, likes to have fun” (Larry) to “closer to the heterosexual community in their tastes” (Brian) to “a sense of independence” (Burt) to “an easiness with the body” and “the masculine thing” (Grant) (HENNEN, 2008, p. 1411).*

⁵⁰ *“The Bear look is all-natural, rural, even woodsy, full bears are common, as are bushy moustaches... They’re just regular guys – only they’re gay” (SILVERSTEIN & PICANO, 1992, p. 128-30 apud HENNEN, 2008, p. 1424).*

conferem apelidos jocosos e desagradáveis em determinados grupos), ao mesmo tempo que rejeitam o “fascismo do corpo” (HENNEN, 2008; MARMOLEJO, 2004).

Esta subcultura se tornou bastante interessante aos estudos de gênero e moda uma vez que demarca a existência de diversos arquétipos masculinos, sendo uma delas a do homem rústico do campo. Outro ponto “fora da curva” relacionado a esta subgrupo é o fato de serem homens urbanos, muitos deles amantes da tecnologia, mas que, de alguma maneira, reivindicam a imagem de um universo distante ao seu, utilizando-o, seja em sua produção corporal, seja em temáticas festivas, acampamentos e eventos de lazer.

A cultura ursina é paradoxal, Qualquer pessoa esclarecida sabe que ela não é metade romântica, como a imagem que tentam passar. É uma fantasia urbana sobre como seria um mundo selvagem... a artificialidade do que é até então chamado natural. Acho que por isso tantos Ursos são apaixonados pelo cyberspaço. O idílio ursino sempre encontra lugar no cyberspaço, que nutre uma nostalgia por algo que nunca existiu⁵¹ (SURECHA, 2002, p. 40 apud HENNEN, 2008).

Em síntese, através das reflexões de autores diversos, observa-se que os Ursos se baseiam na resignificação da masculinidade convencional, tomando a heteronormatividade como elemento chave para a construção de sua imagem, indo de encontro a estereótipos do ser homossexuais masculinos.

4.2 SURGIMENTO E EXPANSÃO: OS URSOS NOS ANOS 80 E 90

Embora os Ursos sejam amplamente conhecidos no universo *queer*, este fenômeno é pouco reconhecido fora da comunidade gay (HENNEN, 2008). A expressão Urso é utilizada para identificar homens homossexuais com características físicas e comportamentais bastante específicas.

⁵¹ *Bear culture is paradoxical. Anyone really brought up in the wild knows that it is not half as romantic as Bears images try to make it. It is an urban fantasy about what a world in the wild would look like... the artificiality of the so-called natural. I think that is why so many Bears are in love with cyberspace. The Bear idyll has always taken place in a cyberspace, which is nostalgia for something that never was* (SURECHA, 2002, p. 40 apud HENNEN, 2008).

Sabe-se que tal prática se iniciou nos Estados Unidos e, de acordo com Marmolejo (2004) e Domingos (2010), não é possível precisar quando surgiu esta subcultura enquanto manifestação homossexual. No entanto, ao se reconstruir a história das comunidades homoafetivas norte americanas, é possível afirmar que existe uma ligação com o Clube de Motociclistas de Satyrs, em Los Angeles, Califórnia, em 1966.

Por volta dos anos 1960, nas cidades de Dallas e Miami, já havia o uso comum da expressão Urso e desta forma de auto identificação dos afiliados (MARMOLEJO, 2004). Consta também dos dados deste autor que, por volta do mesmo ano, já havia registro de um “Clube de Ursos” na cidade de Los Angeles. Foram necessárias menos de três décadas para que os Ursos pudessem se constituir como uma subjetividade a mais no universo homoafetivo (DOMINGOS, 2010).

Por volta dos anos 1980 e 1990 alguns homens utilizavam imagens de ursos estampadas em camisetas, ou ursos de pelúcia nos bolsos traseiros de suas calças, em especial nas cidades de São Francisco, Nova York e Toronto. Tal forma de utilizar estas imagens ou artefatos relacionava-se a uma resistência ao reducionismo de alguns atos sexuais representados nas cores de lenços utilizados nos bolsos traseiros das calças destes homens homossexuais (MARMOLEJO, 2004; HENNEN, 2008).

Em especial na cidade de Nova York, a prática do uso de lenços de diferentes cores nos bolsos traseiros de calças compridas estava relacionada a um código, no qual cada cor representava um gosto, interesse e prática sexual do usuário. Se o lenço estivesse no bolso esquerdo significava que o usuário possuía preferência pelo papel ativo, enquanto o direito relacionava-se à prática passiva na relação sexual.

Marmolejo (2004) afirma que o ideário de Urso já existia antes mesmo do Stonewall, evento/batalha ocorrido em 1969, nos Estados Unidos, com a formação do Gay Liberation Front (GLF), que foi uma frente política Gay que se formou entre 1969 e 1971, prezando pela paz, equidade e justiça econômica. Stonewall tornou-se um marco em virtude da proibição e violência exercida pela polícia norte americana aos frequentadores do popular Bar Stonewall Inn. O GLF condenava a opressão exercida pela sociedade patriarcal e exigia que a hostilidade contra homossexuais fosse cessada.

A ideia de urso estava presente antes mesmo dos anos prévios ao Stonewall⁵²; no entanto, a existência do evento contribuiu para que existisse um ânimo generalizado para a “saída do armário”, uma vez que existia o estímulo à “construção” de uma política de novas identidades homoafetivas.

O ano de 1986 tornou-se um marco, uma vez que já em 1987, como uma forma de propagar o movimento, já era possível que fossem encontrados anúncios eletrônicos sobre os ursos, festas privadas na Baía de São Francisco e a publicação de uma revista chamada “*Bear*” na mesma cidade. Marmolejo (2004) afirma que não há certeza sobre a origem da subcultura em questão ter se dado em São Francisco ou Nova York.

Marmolejo (2004) afirma que o esforço ursino aparece como um dos sintomas da expansão da vida gay norte americana dos anos 1980. Após os anos de comoção em virtude da propagação da AIDS, em que os homossexuais masculinos foram os mais afetados, os Ursos ressurgem na cena pública com uma atitude de solidariedade ao universo homossexual e uma proposta ética que enfatiza, sobretudo, a auto estima entre os gays, em especial aqueles que foram diagnosticados soropositivos ainda nos anos setenta em virtude do abuso de álcool, drogas e práticas sexuais sem proteção.

Em sua introdução ao *The Bear Cult*, Lucie-Smith (1991, 7-8) explicita as conexões: “Na Africa, India e Ilhas do Pacífico uma certa quantidade de peso extra foi tradicionalmente vista como um sinal de poder e potência. Com o advent da AIDS, atitudes similares foram se popularizando em diferentes países. Na África, o termo popular para a doença é “magro”⁵³ (HENNEN, 2008, p. 1587).

Durante os anos 1980, os Ursos foram personagens importantes para o rompimento de uma imagem estereotipada sobre a homossexualidade masculina. Este movimento tornou-se relevante, sobretudo por fazer parte das lutas decorrentes do movimento de Stonewall. A importância dos Ursos é assinalada em virtude de uma

⁵² Já tratado no subtítulo 3.2. deste documento.

⁵³ *In his introduction to The Bear Cult, Lucie-Smith (1991, 7-8) makes the connections explicit: “In Africa, India and the Pacific Islands a certain amount of extra weight has traditionally been regarded as a sign of power and potency. With the advent of AIDS, similar attitudes may yet take root in the developed countries. In Africa itself, the colloquial name of the disease is ‘slim’.”* (HENNEN, 2008, p. 1587).

identificação masculina, associada à política identitária do movimento gay, bem como à defesa dos valores de equidade e de autodenominação.

Segundo Marmolejo (2004), três foram os processos que potencializaram o crescimento do movimento ursino ao nível mundial, em especial a partir do ano de 1987:

1) As festas começaram em grupos de amigos até se tornarem eventos internacionais amplamente frequentados, como tem sido a *The International Bear Expo*, em São Francisco, 2) O nascimento da *Revista Bear* e, sobretudo, 3) O desenrolar da internet que permitiu o surgimento de grupos de ursos em cinco continentes⁵⁴ (MARMOLEJO, 2004, p. 26).

Outro meio de comunicação que se destaca é a supracitada revista *Bear*, sucessora da revista *Man2Man*. Essa se iniciou sob o formato de fanzine, sendo de distribuição local, limitando-se à cidade de São Francisco, relegando-se a possuir fotos eróticas e anúncios ao estilo “classificados pessoais ou afetivos”.

Com a morte de Bart Thomas, seu fundador, a revista passou por um processo de reestruturação sob a direção de Richard Bulger, que enfatizava o estilo de vida ursino. Discutia temas como masculinidade sob o prisma de uma visão política de esquerda (e incluindo uma abordagem antropológica). Tais mudanças contribuíram para que a distribuição passasse a ser internacional, incluindo ao seu prestígio uma linha de vídeos, fotos e acessórios (MARMOLEJO, 2004).

Deve-se à popularização da internet a expansão do conhecimento acerca da subcultura ursina, em especial no Ocidente. Entre 1985 e 1988 o *PC Bear's Lair* e o *The Bearcave* foram os chats mais visitados. Entre a lista de emails pode-se citar o *Bear Mailing List BML*, que em 1988, segundo Marmolejo (2004), já contava com 3000 membros de distintos países.

⁵⁴ 1) *Las fiestas privadas que empezaron siendo entre un grupo de amigos hasta llegar a ser eventos internacionales ampliamente concurridos como há sido The International Bear Expo em San Francisco*, 2) *El nacimiento de La revista Bear y, sobre todo*, 3) *El desarrollo del internet que há permitido el surgimiento de grupos de osos em los cinco continentes* (MARMOLEJO, 2004, p. 26).

O final dos anos oitenta apresentou um crescente comércio de empresários, bares e discotecas destinados a um público homoafetivo, em especial nas cidades de São Francisco e Nova York, em que a comunidade gay mostra-se mais expressiva.

Houve também um aumento de grupos de solidariedade e de convivência das comunidades LGBTQ. Em 1989 houve a formação do primeiro grupo de Ursos, o *Bears Paws of Iowa*, idealizado por Dave Annis e Larry Tooth-man. Em 1992 os organizadores da *Bear Expo* falavam da existência de quatro grupos ursinos nos Estados Unidos. Em 1994 o número passaria a ser de 40 grupos. Em 1996, diz-se que existiam cerca de 137 (MARMOLEJO, 2004).

Os grupos de Ursos norte americanos seguiam os padrões de organização dos grupos de motociclistas gays, com uma agenda de eventos para encontros e convivência. Outros grupos expandiram suas ações, envolvendo-se com a promoção de atividades políticas e cívicas das comunidades homoafetivas locais.

Durante os primeiros anos da década de 1990, foram muitas as publicações que promoviam a disseminação de conteúdo erótico ursino como a *Bulk Male*, *The Big Ad*, *Husky*, *Daddy*, *Daddybear*, *GRUF*. Na mesma época os primeiros corpos ursinos passaram a ser ilustrados a partir de modelos masculinos nas revistas *Advocate Men*, *Hocho* e *In Touch*. E, como concorrência à revista *Bear*, nasceu a *American Bear*. Marmolejo (2004) afirma que todas essas publicações contribuíram para a consolidação do estereótipo ursino: homem barbudo, peludo e gordo.

Os anos noventa também se destacaram pelos concursos de beleza ursinos que, segundo Marmolejo (2004), foram uma ironia ao padrão estético e canônico do gay *Twink* ou, como chamamos nesta tese, Barbie (aqueles com aparência jovial, corpo atlético e magro, sem pelos ou marcas de expressão e de idade, contribuindo, assim, para a construção de uma imagem idealizada do Urso).

Tais concursos também foram relevantes para a edificação de um senso de comunidade (e identidade). Segundo o autor, a formação desses grupos contribuiu bastante para a geração de uma rede econômica de serviços e produtos destinados a este público. Além disso, viagens e excursões são organizadas e realizadas, favorecendo o aparecimento de uma ampla rede de turismo com hotéis, restaurantes, saunas, discotecas e bares preparados para recebê-los.

4.3 OS URSOS NO BRASIL

Embora a proposta ursina tenha suas origens nos Estados Unidos, em menos de vinte anos expandiu-se pelos cinco continentes. Contribuíram fortemente para isso os meios eletrônicos de comunicação, em especial nos anos oitenta, já que proporcionaram um intercâmbio cultural ao nível mundial. Outro fator citado por Marmolejo (2004) está voltado para a possibilidade do anonimato proporcionado pela internet, que possibilitava que as pessoas expusessem livremente sua sexualidade ao mesmo tempo que mantinham sua identidade encoberta.

A internet foi o espaço responsável por trazer ao Brasil o estilo de vida ursino, ou, como afirma Marmolejo (2004), o espaço pioneiro na formação de clubes brasileiros, o local onde era possível encontrar informações. Marmolejo (2004) cita a viagem de certo “homem paulista” aos Estados Unidos, no ano de 1996, que lhe possibilitou o conhecimento de diversos grupos ursinos.

Este senhor foi responsável pela criação do UrsoBR, o primeiro site destinado aos Ursos brasileiros, em 1997. O autor afirma que a resposta à criação deste portal foi surpreendente, envolvendo Ursos de diversas cidades do Estado de São Paulo, bem como do Rio de Janeiro. De acordo com Domingos (2010, p. 13), “esse conceito de urso só chegou aqui nos anos de 1990 a partir de referências americanas -, no país de origem a figura do Urso é também fragmentada”.

Em novembro de 1997 dois ursos cariocas, Lovelier e NastyCub, organizaram o Primeiro encontro de Ursos do Brasil, no Rio de Janeiro. Os “*bearcontros*” passaram a acontecer em diversas cidades do Brasil: São Paulo (abril de 1998), Rio de Janeiro e Brasília (julho de 1998), Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Curitiba, Campinas e Ribeirão Preto. “A dizer pelos ursos cariocas, cada grupo possui suas particularidades e sua forma de organizar os encontros, não respondem a uma organização centralizada e o contato entre os grupos é constante⁵⁵” (MAMOLEJO, 2004, p. 62).

⁵⁵ “A decir de los osos cariocas, cada grupo tiene sus particularidades y su forma de organizar los encuentros, no responden a una organización centralizada y el contacto entre los grupos es constante” (MAMOLEJO, 2004, p. 62).

É fundamental o registro de que o movimento ursino brasileiro sofre forte influência de outro grupo norte americano, os *chubbies*. Formado por homossexuais considerados acima do peso segundo o padrão geral, este grupo não necessariamente abrange Ursos, o que faz com que haja alguns equívocos, como o de achar que “todo gordinho seria um urso” (DOMINGOS, 2010, p. 29).

Ainda sobre particulares dos Ursos brasileiros, o que se destaca é seu “espírito solar” que, segundo Domingos (2010), na prática lhe confere uma ideia de “Urso tropical”, já que aos Ursos norte americanos e europeus dá-se a denominação de tipos rústicos e viris. O site *ursosmg.com* (DOMINGOS, 2010, p. 29) possui uma famosa apresentação que retrata bem o modo de ser do Urso Brasileiro:

[...] os ursos brasileiros assim como no futebol e no samba têm muito mais “ginga” que os americanos. Aqui nem todo urso é peludão, e muito menos masculinizado. Portanto viva a diversidade! “Seja como Nós, Seja Você mesmo”. Fácil explicar isso, o Brasil é um país miscigenado, onde todos são bem vindos. Portanto abstenha-se de qualquer idéia pronta antes de vir a uma festa ou evento. Aliás, se você acha que as pintosas não merecem o céu pode ir se preparando pra descobrir que elas merecem sim! Os ursos brasileiros são muito alegres e bem dispostos, aqui todos são bem vindos e podem fazer amizades com facilidade [...] Em suma, pra participar do movimento ursino hoje em dia não precisa de muita coisa, é só comparecer. E pra ser urso basta ser peludo, gordinho e boa pessoa. Sem frescura, sem estereótipos, sem preconceitos. Tem a questão do gosto pessoal também, esse lance de depilação pra homem só me faz lembrar de perus de Natal. Legal é usar barba, ter cabelo no peito, falar grosso e ter barriga de caminhoneiro, isso sim é homem, o resto passa batido.

Cabe o destaque a algumas contradições presentes no discurso acima, como a polarização entre “pintosas” e “ser homem”, “depilação” e “pelos”. Apesar do texto ser iniciado com a declaração de que “qualquer um pode ser urso”, segundo Domingos (2010), o movimento ursino norte americano é mais homogêneo e másculo em seu cerne que o movimento brasileiro.

Os *bearcontros* são de extrema relevância no cenário ursino brasileiro. São realizados uma vez por mês em distintas cidades do país, objetivando promover a camaradagem entre seus membros. Todos os interessados podem participar, não

necessitando, assim, ser gordo e peludo para tal (MARMOLEJO, 2004; DOMINGOS, 2010).

O movimento ursino ganhou a mídia brasileira no ano de 2002, quando a revista *G Magazine* publicou seu primeiro ensaio fotográfico brasileiro de um modelo *bear*, o que contribuiu para a inserção de Rogério Munhoz⁵⁶ (figura 6) como colunista, com textos direcionados para este público.



Figura 6: Modelo Rogério Munhoz. Fotografia retirada de seu fotolog (rede social hoje em desuso), publicação do ano de 2004. Fonte: <http://www.fotolog.com/rogeriomunhoz/6134733/>

4.4 CLASSIFICAÇÕES URSINAS

Segundo Marmolejo (2004) e Hennen (2008), na subcultura ursina existem diversas classificações e subcategorias, que estão relacionadas à faixa etária, preferências sexuais, atitudes, quantidade de pelos pelo corpo e à massa corporal etc.

Estas marcações nada mais são que formas de se auto classificar e identificar dentro do grupo. Nenhum dos autores, entretanto, aponta a origem de alguns dos modos de classificação dos Ursos (muito menos problematiza os aspectos taxativos e preconceituosos que estas classificações evocam – sendo eles inerentes a membros e a não membros desta subcultura). Sabe-se, entretanto, que elas estão associadas à imagem de animais (figura 7) - como os próprios ursos (brancos, pretos), lontras, filhotes etc.

⁵⁶ Por vários anos foi colunista da Revista *G Magazine*, revista brasileira com conteúdo sobre nudez masculina e voltada para o público homossexual.

Acredita-se que a razão para isto remonta à origem do movimento. Associada ao contexto virtual, observou-se que tais características funcionavam como formas de se auto descreverem para possíveis parceiros. Creio que se tratava da maneira mais veloz e efetiva de descrever características físicas para outro Urso, quando a tecnologia ainda não possibilitava a troca de fotografias com a eficiência que temos na atualidade, e que ainda se mantém presente nos dias de hoje.



Figura 7. Classificações ursinas. Fonte: <http://ladobi.uol.com.br/2015/12/guia-urso-bear/>

Dentre as principais *classificações*, apontadas por Hennen (2008) e Marmolejo (2004), destacam-se:

- a) O grande Urso (*big bear*), detentor de ampla dimensão corporal e com peso superior a 100kg, além de possuir uma grande quantidade de pelos distribuídos pelo corpo;
- b) O Urso *Grizzly*, que é um tipo robusto, porém não é gigante, utiliza barba, é muito peludo e possui uma atitude um pouco ríspida;
- c) O *daddie bear*, que são os “papais”, sendo maduros, com certa experiência de vida, protetores e geralmente atuantes de maneira ativa na relação sexual;
- d) o *cub bear*, ou filhote, que seriam os Ursos mais jovens, menores e com pouca experiência, atuando de maneira passiva na relação sexual;
- e) o *chubby bear*, que seriam Ursos grande, porém calvos;
- f) o Urso Polar, que seriam os Ursos grisalhos, sendo peludos e experientes;

g) Lontras que seriam Ursos mais magros (MARMOLEJO, 2004; DOMINGOS, 2010).

No tocante às subcategorias, Hennen (2008, p. 1607) acrescenta:

Ursos (a categoria básica, mas às vezes usada em um contexto mais específico de dominância sexual e comportamento mais independente), Filhotes (usado para indicar diversão e juventude, sem necessariamente ser associado à idade, mas especificamente ao tamanho do corpo; geralmente simboliza submissão sexual), Papais Ursos (o parceiro dominante de um filhote), Ursos PArdos (mais maduros e mandões), Ursos Polares (mais velhos com cabelos brancos ou acinzentados), Lontra (magro e com poucos pelos, e Lobos (magors e com pelos)⁵⁷.

Embora essas classificações tenham sua origem nos Estados Unidos, e sejam seguidas em várias comunidades ursinas a nível mundial, as propostas classificatórias sofrem variações de região para região dos Estados Unidos, bem como de país para país, a partir de percepções próprias e características culturais inerentes ao local o qual se está analisando.

Há ainda dentro da subcultura ursina outro sistema classificatório, denominado Donahue-Stoner. Desenvolvido em 1989, por Bob Donahue e Jeff Stoner (Ursos norte americanos do Colorado), este sistema pode ser também denominado *Natural Bears Classification System* e se baseia no sistema de classificação de galáxias e estrelas utilizado pela astronomia (MARMOLEJO, 2004). Hennen (2008) chama atenção para o fato de que o uso deste código *Bear* diminuiu nos últimos anos, mas não explica em virtude de quais questões houve o desuso, por isso não nos aprofundaremos nele.

⁵⁷ *Bears* (the default category, but sometimes used in a more specific sense to indicate sexual dominance and a more independent attitude), *Cubs* (used to indicate a playfulness and youthful attitude that is not necessarily tied to age but may be associated with a smaller body frame; “cubbishness” usually signals sexual submissiveness), *Daddy Bears* (the dominant partner of a Cub), *Grizzlies* (more mature and demanding Bears), *Polar Bears* (older Bears with white or grey hair), *Otters* (thin framed and smooth), and *Wolves* (thin framed and hairy).

Entendemos ambos os modos de classificação como uma estratégia de reforçar uma homossexualidade viril e máscula. É possível observar que as características do primeiro sistema classificatório apresentado associam-se não apenas a animais selvagens, livres e que ocupam florestas e campos (espaços tão valorizados pelos membros desta subcultura), como também a aparência física e práticas sexuais que são bastante valorizadas, como barbas, pelos no corpo, tônus muscular, gordura corporal, práticas BDSM (*bondage*⁵⁸, dominação, submissão e masoquismo) etc.

4.5 BANDEIRAS, SÍMBOLOS E PRODUTOS URSINOS

Existem diversas bandeiras ursinas, porém a mais popular é a da *International Bear Brotherhood Flag* (figura 8). Criada por Craig Byrnes (num concurso de bandeiras do evento *Bears of Summer*, em 1966), é a mais utilizada como símbolo Urso internacional. Suas cores representam a diversidade dos tons de pele dos ursos, assim como suas distintas nacionalidades.

A bandeira possui listras horizontais, todas com a mesma espessura, as quais estão nas cores: café, alaranjado, amarelo, creme, branco, cinza e preto. Uma pata de urso adorna a lateral esquerda superior da bandeira (MARMOLEJO, 2004; DOMINGOS, 2010) – a mesma imagem que muitos Ursos tatuam em seus corpos.



Figura 8. International Bear Flag. Fonte: web.

⁵⁸ Diversos tipos de amarração destinados a práticas sexuais.

Depois que sua proposta ganhou o concurso, Byrnes encarregou-se da criação de produtos com motivos ursinos, para além das bandeiras, através de sua empresa *Bear Manufacturing* (com sede em Nova Jersey). Desta maneira, gorros, bandeirolas, tapetes, copos, ímãs de geladeira, anéis de prata, coleiras para cachorros, camisetas, relógios, entre outros, passaram a ser comercializados.

O mercado consumidor estrangeiro voltado ao público *bear* é muito influente no terreno da luta homossexual por seu espaço, uma vez que possui uma estrutura própria que dispõe de serviços de turismo, moda, cinema, arte, literatura e entretenimento. O mercado editorial voltado para a comunidade ursina tem mostrado visível ascendência nos últimos anos. Os americanos têm sido pioneiros em vários produtos editoriais aos ursos. Les K. Wright editou o livro *The Bear Book: Readings in the History and Evolution of a Gay Male Subculture*. Foram publicados dois volumes, em 1997 e 2001 respectivamente. Ray Kampf (2000) escreveu *The Bear Handbook: a Comprehensive Guide for Those Who Are Husky, Hairy and Homosexual, and Those Who Love*. Em 2002 Ron Suresha publicou *Bears on Bears: Interviews & Discussions*; são 25 entrevistas com homens de várias partes do mundo que se denominam ursos (DOMINGOS, 2010, p. 23-24).

A história dos produtos ursinos, contudo, é anterior ao surgimento da bandeira do movimento, bem como ao ímpeto de seu autor em comercializar produtos a este público.

Hennen (2008) e Suresha (2002) afirmam que o primeiro ímpeto de comercialização de produtos destinados ao público *Bear* surgiu ainda em 1989, com a abertura do *Lone Star Saloon*, em São Francisco, um espaço que se tornou central para a comunidade Ursina local. Seu dono, Rick Redewill, junto ao cofundador da revista *Bear Magazine*, Richard Bulger, enxergou uma grande oportunidade comercial a partir desta parceria.

Rick realmente estava envolvido com a ideia de “vendas de produtos turísticos” do *Lonely Star* como camisetas, cintos e posters. Eu lembro de seus olhos se expandindo com excitação enquanto ele descrevia o sucesso de retorno advindo de propaganda da *Bear Magazine* – e ele queria esculpir um pedaço de si. Eu acho que ele percebeu

àquela altura que existia um forte potencial promocional, e acredito que ele também foi estimulado pelo Richard Bulger⁵⁹ (SURESHA, 2002, p. 107).

Ainda em 1989, o Lone Star Saloon foi afetado pelo terremoto Loma Pietra, tendo de realocar-se. Sua reabertura acabou firmando-o como um espaço Bear, graças à ampla exposição na revista *Bear Magazine* (HENNEN, 2008).

Também é possível acessar livros de ficção, longa metragens (com destaque para o espanhol *Cachorro* de 2004), séries de tv e internet como o *Barba Rija* (Portugal) e o *Where The Bears Are*, revistas impressas como a *Bear Magazine*, *A bears' life*, *Bear Party*, *Bearcubs*, bem como revistas digitais (DOMINGOS, 2010; MARMOLEJO, 2004).

Em sua etnografia no acampamento Urso chamado de *Bear Camp*, Hennen (2008, p. 1634) pôde presenciar muitos produtos em que a temática Urso era explorada:

“Filhote”, “pequeno filhote”, “woofy”, e “Caçador de Urso). Camisas que incluíam slogans como “Moto City Bears”, “Bear Patrol”, “I Have the Body of a God (Infelizmente é Buda), “Tem pelo?” (propaganda do The Lone Star Sallon), “Bear Pride 2001” (do dia de celebração annual, em Chicago), um cartoon de um urso em forma antropomórfica em outra camisa da parada [a do orgulho gay], e muitos chapéus com várias imagens de ursos. Tatuagens de patas de ursos eram populares, especialmente entre os mais jovens⁶⁰”

“Bearaphernalia” é a expressão utilizada pelo autor para representar a coleção de produtos com temáticas ursinas que seus investigados possuíam – acrescentando que são diversas e variadas, incluindo de cabeça de urso empalhada a ursos de cristal no valor de 300 dólares.

⁵⁹ Rick was really getting into the whole idea of “tourist product sales” of Lone Star items like T-shirts and belts and posters at that point. I remember his eyes widening with excitement as he describe how much merchandising profit Bear Magazine was making – and he wanted to carve out a piece of that himself. I think he realized then that there was a real promotional opportunity, and I think he was also encouraged at that point by Richard Bulger (SURESHA, 2002, p. 107).

⁶⁰ “CUB”, “LIL CUB”, “WOOFY”, and “BEAR CKR” (for “Bear seeker”). T-shirts included slogans such as “Moto City Bears”, “Bear Patrol”, “I Have the Body of a God (Unfortunately, it’s Buddha)”, “Got Fur?” (advertising the Lone Star Sallon), “Bear Pride 2001” (from the annual Memorial day celebration in Chicago), a cartoon of an anthropomorphized bear on another gay pride T-shirt, and several hats with various Bear images on them. Bear paw tattoos are popular with especially young Bears.

Entendemos que a larga produção, comercialização e consumo de produtos ursinos sinaliza para o fato de que existe um amplo investimento em sua identidade desde a origem do movimento.

Compreende-se esse esforço como uma estratégia de reforçar imagens valorizadas pelos seus membros, que trabalharam sempre intensamente em sua representatividade, não apenas criando seus próprios espaços de lazer e sociabilidade, sejam eles físicos ou virtuais, como também através de uma ampla rede de artefatos de consumo e demarcadores sociais.

Se sua forma física não se enquadra nos moldes de estética e beleza preconizados pelo senso comum, criar seus próprios instrumentos midiáticos, fóruns, festas etc. se apresentam como uma brilhante saída para reivindicar espaços.

Assim, assinalamos que a importância desta revisão de literatura se revelou a partir dos seguintes aspectos:

- Ter contribuído para a compreensão de como vem sendo trabalhada a subcultura ursina no Brasil e no mundo, possibilitando-nos o traçado de estratégias para uma investigação inovadora (para além dos estereótipos popularizados), que objetivou estabelecer o diálogo entre performatividade, artefatos e mediação simbólica dos mesmos;
- Os autores supracitados optaram por investigar os Ursos e suas vivências à luz das ciências sociais, fazendo uso de conceitos e teorias de autores paradigmáticos, que também serviram de referência na construção desta investigação. Como exemplo, citamos Judith Butler e a teoria queer.
- As leituras possibilitaram uma compreensão mais intensamente do modo como são realizadas incursões etnográficas e a observação participante, colaborando com o traçado de estratégias para burlar algumas dificuldades surgidas no campo efetivamente utilizadas nesta pesquisa: minha diferença de faixa etária, orientação sexual e gênero quanto aos investigados. Com as citadas leituras, foi-nos possível desenvolver um panorama global sobre como os Ursos se relacionam com a alteridade (leia-se, de outros grupos identitários) para além de contextos homoafetivos;

Observou-se que para muitos Ursos da cidade do Recife, a definição sobre o que é a subcultura e seu estilo de vida pauta-se no que se populariza em websites nacionais e internacionais, fazendo com que muitos não reflitam o que caracteriza a população ursina local: suas particularidades, especificidades e semelhanças.

Diante desses achados bibliográficos, optamos então por desenvolver uma elucidação ao nível global para, no capítulo das discussões e resultados que se segue, de fato, dar voz aos informantes, apresentando nossa compreensão dos seus dizeres, diretos e indiretos, a partir da técnica da análise de conteúdo.

5 CAMPO: OBSERVAÇÕES E DISCUSSÕES

Uma vez expostos os métodos de coleta de dados e imagens, cabe-nos apresentar como se deu o processo de obtenção de informação na presente investigação.

A pesquisa realizou-se na cidade de Recife e região metropolitana (RMR). Foram efetivadas conversas informais e semiguizadas, aos moldes da entrevista compreensiva, com homens gays que se liam enquanto Ursos – muitos deles frequentadores de festas e ambientes destinados ao público na cidade.

Em minha primeira entrevista (em cunho experimental), ainda ao início da investigação, nos foi informado que existia a Bear Celebration, festa destinada ao público ursino recifense e que era organizada por Pedro⁶¹ (urso entrevistado nesta investigação). Esta acontecia mensalmente no Miami Pub, espaço anexo à Boate Metrópole (do Grupo Metrópole⁶²), famoso espaço de encontros e sociabilidade do público LGBTQ da cidade.

A Bear Celebration surgiu como uma alternativa, anos mais tarde, ao fechamento da Confraria dos Ursos⁶³, em virtude do falecimento de seu proprietário. A Confraria era lida como um espaço seguro para seus membros.

Após o encerramento de suas atividades, os Ursos da cidade apenas tinham as saunas (com festas gerais) ou festas privadas para se socializarem, ficando, assim, carentes de um espaço “público” só deles. Ao longo de um ano, foi realizada a etnografia em algumas edições da Bear Celebration, no qual foi possível iniciar os contatos para a realização das entrevistas compreensivas.

Deste modo, optei por realizar entrevistas, que apenas puderam ter início no ano de 2017, em virtude do aguardo da autorização do comitê de ética da Universidade Federal de Pernambuco. Houve a necessidade do detalhamento do projeto de tese, bem como da apresentação da investigação, seus objetivos e do termo de

⁶¹ Houve a substituição do nome original do organizador (e informante) com o objetivo de resguardar sua identidade.

⁶² O Grupo Metrópole é bastante conhecido na cidade por realizar festas e possuir diversos bares destinados ao público LGBTQ. Além da tradicional Boate Metrópole, há também o Santo Bar e o mais novo empreendimento, o Miami Pub, todos ocupando o mesmo quarteirão, no centro da Cidade do Recife.

⁶³ Tendo como fundador Wagner, já falecido, a Confraria dos Ursos foi primeiro espaço popular na cidade do Recife e Região Metropolitana destinado a receber membros ursinos. Tendo sua primeira sede na Rua do Sol, em Olinda, encerrando suas atividades já no Centro da Cidade do Recife.

confidencialidade. Assim, tomados os devidos cuidados para preservar a identidade dos informantes (com a troca de seus nomes por codinomes, e apagamento de seu rosto, após coleta de fotos nas redes sociais particulares ou da Bear Celebration), entrevistou-se 6 homens que se auto denominavam Ursos, seja por questões estéticas ou por estilo de vida.

Foram selecionados 6 indivíduos em virtude das respostas que recebemos aos convites para participação voluntária na pesquisa (muitos ursos respondiam em afirmativo, mas em seguida deixavam de responder aos contatos sobre o agendamento dos encontros para a realização das entrevistas), bem como ao curto tempo que teria para coleta, análise e tratamento dos dados.

As entrevistas aconteceram de maneira individual, com encontros em locais que chamamos de neutros (como restaurantes, salas da universidade) e em espaços mais íntimos, como as casas dos entrevistados.

As perguntas foram divididas em blocos, através dos quais se pedia para a pessoa se apresentar, abordar questões relativas à sua orientação sexual e sua saída do “armário” para, posteriormente questionar como o informante de fato conheceu a subcultura ursina e passou a se ler como um membro dela (anexo 1).

Embora tenham sido informados que os dados seriam apresentados de maneira anônima, ou seja, evitando-se identifica-los, solicitou-se autorização dos pesquisados para acessar suas redes sociais para coletar imagens suas em momentos de sociabilidade e lazer. Reforçamos que houve o devido cuidado para cobrir rostos em prol do anonimato.

Mais à frente será possível ter acesso a uma narrativa mais detalhada de como se deu a incursão ao campo, dificuldades, modo como os entrevistados foram selecionados, bem como o cruzamento dos dados com teorias e autores que consideramos marcos teóricos desta investigação.

Concentrei-me em compreender como se dão práticas de sociabilidade e de relacionamento destes homens, além dos modos de se vestirem, e suas *performatividades*.

Optei por obter informações a partir de homens adultos uma vez que foi possível observar, em incursões prévias ao campo, bem como em leituras destinadas a

desvendar os Ursos, que seus membros são majoritariamente homens maduros, assim como financeira e economicamente independentes e estáveis (características valorizadas no grupo), ocupando os jovens uma percentagem bastante reduzida do público presente.

A finalidade era a realizar a observação e coleta de dados com informantes com faixa etária acima dos 35 anos. No entanto, dois dos entrevistados apresentaram idades inferiores: o primeiro apenas foi descoberto durante a entrevista (Victor, 28 anos), quando questionada sua idade. Seu comportamento maduro não nos deu pistas de sua juventude. O segundo (Rafael, 21 anos) foi escolhido intencionalmente, com o objetivo de elucidar algumas suspeitas a respeito do sistema de paternalismo dentro da comunidade ursina, bem como de sua relação com a homossexualidade e sua saída do armário em tempos mais recentes – uma vez que todos os outros perceberam-se homossexuais ao final dos anos 1960 e no decorrer dos anos 1970, quando a homossexualidade era um tabu ainda maior.

Durante as 4 entrevistas previamente realizadas com homens de cerca de 40/50 anos, foi-me citado diversas vezes as dificuldades que enfrentaram para se afirmar como homens gays e Ursos, e em como isso impactou em seu comportamento. Esses entrevistados acreditavam, entretanto, que Ursos mais jovens, em virtude de toda uma rede de informação através da Internet e mídia, apresentam comportamentos e posicionamentos diferentes dos “Ursos tradicionais”. O objetivo de buscar um último informante mais jovem foi o comprovar se esta informação procedia.

A originalidade desta pesquisa consistiu em avaliar as categorias de masculinidade e homossexualidade do subgrupo *gay bear* recifense, observando e tentando compreender o polo de consumo de vestuário deste público homoerótico, percebendo-se em que setores da vida social destas pessoas existem desafios e estratégias para a composição da imagem e da produção do corporal para significar pertencimento ou distanciamento dos membros em relação à subcultura investigada. Isto é, envolvendo não só uma reflexão sobre processos de identificação entre homossexuais masculinos, mas também na identificação particular de estilos e maneiras de ser gay com suas éticas e estéticas em comunicação.

Hennen (2008) afirma que sua pesquisa de campo, realizada na comunidade *bear* norte americana, foi facilitada pelo fato de ser ele um homem homossexual, com estética a dos ursos. É possível que alguns leitores se questionem quanto à viabilidade da realização desta observação participante, uma vez que, ao contrário do autor, sou uma mulher cisgênera (cuja identidade de gênero e sexualidade atuam em “conformidade”), com estética “mignon⁶⁴”, de etnia negra, ou seja, com demarcadores identitários que me distanciaria dos Ursos entrevistados e dos frequentadores da Bear Celebration.

Este questionamento se deu por ser comum encontrar narrativas de membros ursinos (e não ursinos) que fazem crer que a subcultura tenha um comportamento “xiita”⁶⁵ (ou preconceituoso), já que haveria certo desconforto de seus membros com pessoas de trejeitos efeminados (sendo eles da comunidade LGBTQ - “Barbies” e/ou drag queens e travestis – ou não).

Associada aos métodos de pesquisa etnográfica, entrevista compreensiva e análise de conteúdo (com coleta de fotografias), também foram realizadas pesquisa bibliográfica e documental, no qual livros escritos por/para ursos, bem como séries de tv (*Barba Rija* e *Where the Bears Are*) foram usadas como fontes primárias de pesquisa.

Achamos por bem apontar que a pesquisa de campo realizada foi dividida em três momentos, apresentados na ordem de realização: bate papo com Henrique⁶⁶ sobre o universo ursino, incursões à Bear Celebration e entrevistas realizadas com 6 informantes.

Analisando em retrospecto, cremos que outra estratégia não poderia ser escolhida, uma vez que um caminho levou ao outro e, conseqüentemente, ao conhecimento sobre a subcultura ursina recifense, seus aspectos sociais, culturais e da ordem do consumo e fruição de artefatos.

⁶⁴ Expressão usada para definir uma pessoa pequena.

⁶⁵ Categoria utilizada pelos membros da comunidade ursina para expressar uma atitude de falta de estima para com outras categorias de homossexuais, em especial as que denominam de Barbies e gays afeminados.

⁶⁶ Substituição do nome real do informante em virtude do anonimato.

5.1 1º MOMENTO: A IMPORTÂNCIA DE HENRIQUE À PESQUISA

Como já havia comentado, meu interesse de estudar os Ursos data do ano de 2010, quando, ainda estudante do programa de mestrado do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS-UL), tive contato com o professor Vitor Ferreira (que me apresentou ao tema). Encerrado meu ciclo na instituição, e retornando ao Brasil decidida a tirar umas “férias” de uma nova formação acadêmica, optei por dar ênfase à docência em design. Mal sabia que isto me levaria mais diretamente ao universo ursino.

Enquanto docente do curso de Design Gráfico de uma instituição privada do Recife, e em diálogo certo dia com um discente sobre minha experiência em terras alémmar, tenho a grata surpresa de saber que o mesmo, além de se auto denominar Urso, tinha grande conhecimento sobre as dinâmicas deste grupo na cidade. Henrique⁶⁷ prometeu-me vir na próxima aula vestido tipicamente como Urso, e na sexta-feira seguinte lá estava ele produzido como tal.

Os semestres se passaram, desliguei-me da instituição em que lecionava, mas mantive um laço de carinho com Henrique, que sempre se mostrou bastante solícito todas as vezes que falava em retomar as incursões acadêmicas num doutorado, muitas vezes realizando telefonemas, ávido por compartilhar seu estilo de vida, forma de ver o mundo e apresentar seus companheiros de “luta”.

Ainda no segundo semestre de 2015, quando já fazia parte do programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e, oficialmente, investigadora sobre a relação dos Ursos com seus artefatos de moda, agendamos Henrique, outro ex aluno e Pablo⁶⁸ (colega de trabalho e profissão) um jantar para “colocar os papos em dia” – como costumamos falar por aqui. Foi neste ambiente, num conhecido sushi da cidade que, por brincadeira, propusemos realizar uma entrevista gravada à mesa, o que prontamente foi aceito por Henrique. E foi assim, sem roteiro estabelecido, e antes de cogitar a necessidade de ter de acionar o comitê de ética, que tive a chance de realizar uma das mais importantes

⁶⁷ Substituição do nome real do informante em virtude do anonimato.

⁶⁸ Substituição do nome real do informante em virtude do anonimato.

entrevistas da minha pesquisa, que me deu a chance de traçar estratégias iniciais de inserção ao campo, bem como iniciar minhas visitas à famosa Bear Celebration.

Aproximando-se dos 40 anos, Henrique (figuras 9 e 10) é um homem alto e grande, que se mostra bastante vaidoso, sobretudo pelo cultivo de sua barba e modo de se vestir geek⁶⁹. Apaixonado pelo universo de super-heróis, este designer, artista plástico e DJ afirma ocupar um lugar de respeito e influência dentro da comunidade ursina recifense e paulista.



Figuras 9 e 10: Henrique num contexto geek. Fonte: redes sociais do informante.

Desta maneira, o bate papo girou em torno de algumas temáticas, que serão discutidas a seguir: tipos de ursos, história dos ursos em Pernambuco e como passaram a ser vistos como “xiitas”, cultura gay chegando à moda, espaço ocupado pelos Ursos no Brasil, machismo e Nordeste.

• Tipos de Ursos

À medida que conversávamos, Henrique optou por seguir o “conteúdo básico para iniciação ao universo ursino”: explicação do modo como se classificam a partir de características comportamentais e, sobretudo, físicas.

⁶⁹ Termo usado para referenciar pessoas que nutrem apreço pelo universo da tecnologia, jogos eletrônicos e de tabuleiro, histórias em quadrinho (HQ) etc. Identifica-se facilmente uma pessoa afeita ao universo geek em virtude de camisas, acessórios etc., que possuam estampas que remetam às HQs e filmes de seu interesse.

Observei que a comunidade ursina brasileira importou as categorias internacionais de classificação ursinas, o que pode ser encontrado em diversos websites, livros e revistas deste/para este público.

Sendo assim, a estratégia de Henrique para se tornar mais didático e se fazer compreender foi a de fazer leituras e classificações a partir dos membros da mesa. Desta maneira, usou seu colega de classe, Jorge⁷⁰, para dizer que este seria lido como um Teddy Bear.

Dentro da classificação interna, tal denominação ilustra um homem novo e “fofinho”, ou seja, aquele que tem certo carisma. Afirmou também ser lido como Teddy, embora sua idade não mais seja condizente a um jovem adulto, explicando que tal classificação não está voltada única e simplesmente para a faixa etária, mas sim com o modo como os outros membros Ursos da comunidade o veem. Ou seja, seu jeito brincalhão, agradável e simpático (em suas palavras) eram sua característica mais forte. Sendo assim, ser Teddy não tem a ver necessariamente com maturidade, ou falta dela, mas com um traço de comportamento juvenil e divertido.

Também explicou o que seria um Bear (o típico): um homem bastante fechado, traço característico da subcultura, já que afirmou que “a cultura ursina é muito fechada”.

Segundo Henrique, existe uma diferença de posicionamento entre os “novos ursos” e os Bears tradicionais. Os primeiros apresentam-se de maneira mais “aberta”, no sentido de até aceitarem o uso de maquiagem, por exemplo. Afirma que em algumas das vezes em que atuou como DJ pintou os olhos e não sentiu problema nenhum ao fazê-lo. Chegou a brincar que certo dia estavam ele e uma drag queen “se montando⁷¹” no banheiro. Quando perguntei qual a faixa etária dos novos ursos, o mesmo afirmou que cerca de 20/21 anos (razão a qual procuramos posteriormente Rafael para ser nosso último entrevistado).

Ainda sobre o fato dos Ursos tradicionais serem fechados, afirma que “*na cultura dos ursos você não pode ser pintoso, não pode ser isso, não pode ser aquilo...*”, e mostra certo descontentamento com esta postura ao acrescentar que “*no frigidir dos*

⁷⁰ Substituição do nome real do informante em virtude do anonimato

⁷¹ Expressão utilizada pela comunidade drag queen para o ato de se montar em drag, ou seja, utilizar maquiagem e apetrechos para performar.

ovos é todo mundo gay. Eu não posso discriminar quem dá pinta. Posso não gostar, mas não posso ser intolerante porque o cara tá dando pinta ou está afim de mim”.

Finaliza o tema explicando o conceito de *Woof*, expressão utilizada com certa frequência pelos membros da comunidade nos momentos de paquera. Assim como Hennen (2008), afirma que “caras que impactam”, ou seja, que são bonitos, atraentes e/ou interessantes, recebem tal elogio quando estão flertando nos espaços de sociabilidade, e que por isso seu nome artístico inclui tal alcunha (cremos porquê na comunidade sua beleza e carisma sejam atraentes a outros membros).

- **História dos ursos em Pernambuco e como passaram a ser chamados de “xiitas”**

“Califórnia, 1000 anos atrás, direto do túnel do tempo... Deus tocando numa divindade, o primeiro Urso...”, foi assim que Henrique introduziu a história da subcultura, e foi assim que entendemos o caráter sagrado conferido ao(s) primeiro(s) membro(s) da comunidade ursina, os pioneiros. Reforça a importância da cidade norte americana São Francisco, nos anos 70, e afirma que, no Brasil o primeiro passo foi dado a partir dos anos 1990.

Com a introdução acima, parece-nos que a história da comunidade é de conhecimento de todos os membros e que se relaciona, especialmente, às situações de constrangimento sofridas por homens gordos e fora do padrão estético preconizado nas boates.

De acordo com Henrique, em espaços homoafetivos o corpo ocupa um forte papel de moeda de troca, o que o levou a se questionar diversas vezes *“todo gordinho se sente como eu me sinto numa boate: excluído?”*.

Ainda segundo nosso informante, a série de sanções sofridas por estar acima do peso chegam a ser piores que as vividas por mulheres em espaços heteronormativos: *“mulheres gostam e ficam com gordinhos; gays... é muito raro uma Barbie namorar um gordinho”*. Acrescenta que o Brasil é o único país a agregar o chubby (homens gays bastante gordos e que não necessariamente são adeptos

dos pelos corporais), de modo a concluir que o movimento ursino surgiu para agregar (homens gordos e maduros, por exemplo).

Em sua narrativa, a história de Henrique enquanto Urso se confunde com a história da comunidade em Recife. Fez-nos compreender a razão de haver uma forte associação da imagem dos Ursos pernambucanos a um comportamento xiita (abordado anteriormente).

Quando eu entendi que eu era um urso eu já tinha 18 anos. Eu realmente não fazia parte do grupo por ser gordo, por questões estéticas dentro do universo gay. As barbies têm uma tendência a só querer barbie [...]. Tava na internet e achei no mirc 'ursos do Brasil', em 96, e aí eu percebi que era urso. Eu não me enquadrava nos moldes dos gays normais e comecei a entender e a ter a oportunidade de participar do movimento. Depois teve a primeira festa de urso aqui em Recife. Quem fez foi Green Eyes, um urso ruivo, inglês, que namorava um rapaz daqui. E aí ele morreu, parada cardíaca e pá: o movimento dos ursos caiu. E aí em 2004, 2007, Wagner (da confraria) começou a querer levantar a bandeira dos ursos. Daí nós, que sempre estávamos em São Paulo e sempre íamos à Parada Gay, resolvemos nos juntar e a confraria, a priori, foi aberta por amigos. Quero dizer o seguinte: a boate era dele, mas ideologicamente os ursos éramos nós. Tanto é que a primeira matéria que rolou foi no Diário de Pernambuco, foi 'Os Ursos tomam Recife'. Eu não tenho ela, mas a foto era linda. Estava a gente sentado com a bandeira dos Ursos de Pernambuco. Uma matéria pequena... e aí a Maria do Céu, numa revista – acho que a G Magazine – falou dos Ursos. Ela sempre quis os ursos, sempre teve um cantinho especial. Ela dizia que faltava urso na boate dela, na Metrópole. E aí a coisa foi caminhando, Wagner começou a se travar, porque ele não admitia que mulheres frequentassem a boate, que gays pintosos – 'pão com ovo', sei lá que termo preconceituoso você poderia dar a esse ser humano -, que drag queens não pudessem entrar... e aí em 2010 os meninos se juntaram e formaram o MUP (Movimento dos Ursos de Pernambuco). A ideia era linda no papel, só que se tornou mais um grupo que não vale nem a pena comentar – vou cortar o MUP da minha vida, vou inserir no contexto, mas pra mim eles não significam nada; os valores deles são controversos. Alex tava à frente do MUP começou a falar com Wagner... "bicho, tu tem que abrir espaço para as meninas, drag queen, travestis... todo mundo faz parte de uma mesma comunidade. A partir do momento que tu diz que uma mulher não pode entrar na boate, seja ela lésbica ou não, tu tá segregando, isso não é legal..." (sic) [Henrique].

É comum escutar por parte de alguns membros da comunidade gay recifense que os Ursos são preconceituosos e bastante problemáticos com pessoas afeminadas,

sejam elas membros da comunidade gay ou heteronormativa. Além de já ter sido abordado pelo depoimento de Henrique, tal fato também pôde ser observado em minha primeira ida a uma Bear Celebration.

De acordo com nosso informante essa visão se popularizou em virtude de uma entrevista concedida por um membro da comunidade ursina local a um jornal de grande circulação do Estado, que sendo proprietário de um bar destinado a encontro de Ursos, e possuindo grande influência no meio, deu a entender que seu discurso representava a opinião de toda a comunidade local. Isto gerou tanto desconforto dentro da comunidade homoafetiva do Recife que, de acordo com Henrique, o Movimento Gay Leões do Norte, entidade de defesa e promoção dos direitos humanos em defesa de gays, lésbicas, bissexuais e transexuais, o convocou para prestar esclarecimentos por seus comentários “machistas e homofóbicos”.

Segundo Henrique, este mal-entendido representa a opinião de uma parcela muito pequena da comunidade ursina, uma vez que hoje já é possível observar uma série de mudanças comportamentais não só dos membros mais antigos, como também da nova geração ursina, que se mostra mais aberta a novos posicionamentos e posturas.

- **Cultura gay chegando à moda**

Nos últimos anos tem se tornado comum observar o crescimento da valorização da vaidade masculina, o que pode ser ilustrado com o aumento do número de barbearias na cidade do Recife, por exemplo. Aos homens héteros que adotam a barba, bem como um estilo alternativo de consumir e se vestir, chama-se de hipsters.

Dentro da comunidade hipster, se podemos nomeá-la desta maneira, a estética lumberjacker (lenhador) tem estado em alta, de modo que é comum “dar de cara” com homens barbados, com camisa de flanela xadrez, bem como usando jeans e coturnos.

É irônico pensar que há algumas décadas este modo de se apresentar para o mundo já venha sendo usado pela comunidade ursina, com a diferença que muitos

heterossexuais não possuem ideia de que a “origem” desta estética faz parte de uma comunidade homoafetiva.

Para Henrique, isso ocorre devido à “confirmação” dos Ursos em esferas mais amplas, de modo que *“a cultura gay chegou ao mundo hétero e os próprios héteros não estão se dando conta”*. Steele (2013) chega a afirmar que este é um processo antigo, e que ocorre em virtude da criatividade desenvolvida por homens homossexuais para desenvolver códigos de vestimenta para que pudessem se identificar (e aos seus gostos nas práticas sexuais) em diferentes espaços.

Em tom de piada nosso informante aborda o diálogo que teve com um amigo Urso, Júnior⁷², sobre a popularização da estética do lenhador e os enganos no momento do flerte: *“gente, não reclamem se eu estiver na rua olhando e secando loucamente porque vocês estão usando o visual que a gente usa para se identificar. Até a camisa xadrez tão botando agora! Porque ser hipster é usar xadrez, botar ‘oclão’ e ficar fazendo ‘carão’ no meio da rua... E A DESGRAÇA É HETERO!”*. Henrique reforça o fato de que a cultura ursina é toda baseada em elementos estéticos, e que por isso é natural que ocorram tais mal-entendidos.

- **Espaço Ocupado no Brasil**

Embora ainda haja uma longa trajetória a ser conquistada no que tange ao respeito às causas LGBTQ, Henrique reforça em toda a conversa que tem observado um crescimento animador dos espaços ocupados no Brasil. De acordo com ele, e pode ser identificado também através do livro de Domingos (2010), em São Paulo há muitos Ursos, ocupando esta cidade o primeiro lugar no ranking brasileiro de cidades possuidoras de adeptos ao movimento. Recife ocupa uma posição de destaque no Brasil (embora se apresente a dúvida sobre se está em 3º ou 4º lugar), perdendo apenas para Minas Gerais (2º). O estado do Ceará ocupa a quarta posição.

“Como gay, tem muita coisa que a gente precisa conquistar. As pessoas não olham pra você com respeito ainda. No fundo ninguém quer estar muito próximo”. A partir

⁷² Substituição do nome real do informante em virtude do anonimato

desta reflexão, o entrevistado aponta as dificuldades em ser gay e Urso, ou seja, gordo, uma vez que em nossa sociedade ainda é muito forte o deboche de cunho gordofóbico (especialmente na comunidade gay).

- **Machismo e Nordeste**

Não chegamos a aprofundar este ponto, embora tenhamos conseguido as devidas respostas e elucidações posteriormente. Considero a entrevista com Henrique, entretanto, uma das mais importantes realizadas até então, pois possibilitou com que refletíssemos sobre questões intrínsecas à subcultura e que, a priori, não estão tão definidas para um outsider.

Henrique conclui, ao término de nosso bate papo, que a comunidade LGBTQ e mulheres são bastante oprimidos na cidade de Recife, o que me levou a questioná-lo sobre se vivendo numa sociedade patriarcal e machista, não seria mais fácil para a comunidade ursina se estabelecer e conviver. Sua resposta toca exatamente no elemento que consideramos contraditório em relação ao comportamento amplamente praticado pelos membros da subcultura: machista, quando não homofóbico.

Veja, a gente preza pela masculinidade, todos os Ursos. Eu já me agarrei com ursos que não são esse padrão de masculinidade, e depois eu cheguei pra mim mesmo e me perguntei o que eu tava fazendo, porque como urso eu gosto de pelo. Homem sem pelo é uma criança. Eu cresci e o que mais me atrai são os pelos. Antes de olhar pra um homem, antes de olhar pra qualquer coisa, eu vejo se ele é peludo. Eu gosto de pelo; também gosto de gordo. Gosto de meio termo, mas não gosto de magro. Eu sempre gostei de gordo, e eu não entendia o porque dos lugares que eu ia sempre tinham gordos, mas os próprios gays magrinhos não olhavam pra mim, porque eles estavam olhando pros magrinhos e sarados. Depois você entende que tem um segmento dos ursos, os chasers e os hunters⁷³... eu achava estranho chegar nos lugares: 'eu não sou tão feio, o que é que acontece? Não chegava nenhum boyzinho, apenas mais velho (50) e eu com 16! [Henrique]

⁷³ Cremos que neste momento Henrique chama de Hunter os Chasers, ou seja, homens não Ursos que se atraem por Ursos.

Aqui entendemos que a comunidade ursina abarca duas estéticas amplamente criticadas e estigmatizadas na comunidade LGBTQ, e que houve, estrategicamente, a prática de ressignificar o envelhecimento e a forma física, trazendo para esse grupo um poder que apenas a hipermasculinidade, ou virilidade, poderiam conferir.

Assim surge a expressão *wooflícious*, significando ter pegada, ser interessante, para além da própria beleza física, esta, por sua vez, construída aos moldes do que um Urso precisa ter para ser bem visto e valorizado em sua comunidade.

5.2 2º MOMENTO: INCURSÕES À BEAR CELEBRATION

O bate papo realizado com Henrique, ainda que de maneira preliminar e assistemática, foi de suma importância para que traçássemos estratégias para a incursão ao campo. A primeira observação que merece ser feita é a substituição da Confraria dos Ursos, após o jejum de cerca de dois anos em virtude do falecimento de seu proprietário, pela Bear Celebration como espaço de sociabilidade para os membros desta subcultura na cidade do Recife.

Assim foi possível definir os locais para que fosse realizada a etnografia, bem como observações que me possibilitassem conhecer diversos Ursos da cidade (e fazer o levantamento de informações que me munissem para a realização das entrevistas).

Em julho de 2015 houve inauguração da Bear Celebration, ligada ao grupo Metrópole. A festa passou a ter frequência mensal, e prezava pelo conforto e bem-estar de seu público. Sendo assim, entendemos a importância de frequentar algumas das edições desta festa para que coletássemos informações sobre o modo como a mediação simbólica exercida pela indumentária influenciava a performatividade dos frequentadores e para compreender se esse simbolismo se estendia para espaços além daqueles em que é exercido o flerte.

Assim, foram frequentadas três edições da festa. Na primeira delas fui com Henrique e Pablo (amigo que se assume homossexual, mas que, além de não se ler Urso, não costuma frequentar festas LGBTQ). As outras duas incursões foram acompanhadas de Joaquim (meu primeiro entrevistado após a autorização do comitê de ética) e

Bárbara⁷⁴, uma amiga heterossexual que performa feminilidade de maneira muito forte (a ponto de ser chamada de travesti em sua roda de amigos).

Todas as vezes em que fui à festa, fiz questão de perguntar aos meus acompanhantes como deveria me vestir, e todos foram categóricos ao me responder que Ursos gostavam de mulheres bem vestidas e montadas (confesso não compreender a razão para tal, já que naturalmente associo o glamour e um bom brilho à camada *Barbie* da população LGBTQ). Segui os conselhos.

Optei por tomar notas mentais, parando em alguns momentos para fazer anotações em meu celular. Tentei minimizar bastante as incursões ao aparelho digital pois acreditei que o melhor a ser feito seria contato olho a olho ou exercitar o diálogo com aqueles que mostrassem mais abertos a bater papo com uma outsider.

Nas três ocasiões em que fui, vi poucas mulheres, creio que também em virtude do valor cobrado na bilheteria (e que pesou bastante para que eu não pudesse estar presente em diversas edições da Bear Celebration). Acredito que este fato se justifica em virtude de uma prática bastante comum nas festas da cidade do Recife de cobrar valores mais baixos para mulheres, para que fosse possível atraí-las e, conseqüentemente, homens, que pagam valores mais altos. No caso da festa ursina, evitá-las.

Entendemos, desde o princípio, que a diferença de valor entre homens e mulheres (R\$ 40 para eles e R\$80 para elas, podendo chegar a R\$100) existe para filtrar a entrada destas, de modo a apenas atrair homens, especialmente Ursos.

5.3 UMA ESTRANHA NA “TOCA” (RECIFE, 8 DE AGOSTO DE 2015)

- **Antes de entrar**

Fui com Pablo, que não é Urso, por questões de segurança. Percebi que, embora a rua seja ocupada por um público LGBTQ, o movimento se concentrava majoritariamente em frente à Metrópole.

⁷⁴ Substituição do nome real do informante em virtude do anonimato.

Ficou explícito desde o princípio que quem frequentaria a Bear Celebration seriam apenas Ursos (figura 11). De cara já me chamou atenção a variedade de Ursos presentes: imaginei a existência de um “padrão” gordinho/gordão, com pelos aparentes e barbas. Tamanha minha surpresa quando observo a variedade de faixa etária: de homens muito jovens a maduros. A variedade também se concentrava em torno do modo de se vestir: eram “normais”. Camisas polo, muitas listras, calças jeans, algum padrão xadrez (mas não muito).



Figura 11: Fila de entrada para a Bear Celebration. Fonte: rede social da festa.

Aguardamos por Henrique, cerca de 40 minutos, à frente do Miami. Apesar de ser uma pessoa impaciente para atrasos, considerei bom ter de esperar, uma vez que seria vista entrando com meu informante, o que poderia facilitar meu contato dentro da festa, sendo apresentada como amiga, ex-professora e pesquisadora.

Ainda na porta, dois amigos de Pablo o viram e vieram cumprimenta-lo. Apenas um era Urso; o outro apenas o acompanhava e afirmou não gostar de Ursos – embora não tenha explicado a razão.

O amigo Urso trajava camisa de botão vermelha, era negro num tom mais claro de pele, aparentava ser jovem (arriscaria que dentre as classificações ursinas seria um Teddy) e não escondeu a surpresa quando informei que também iria à festa. Soltoou um *“o quê: vais pagar R\$100?! Poderosa!”*.

Expliquei que minha presença se dava em virtude de interesses acadêmicos e que estava à espera de um amigo (que a esta altura já estava à vista, mas que, sendo popular no meio, estava sempre acompanhado batendo papo com alguém que

encontrava no meio do caminho). Neste momento fui questionada sobre o quê pesquisava, exatamente, mas a conversa não rendeu. Apenas citaram o Pedro (organizador da festa) antes de partir, reforçaram que eu deveria conhecê-lo.

- **A entrada**

Nesta noite muitas situações engraçadas aconteceram, em virtude do estranhamento causado pela minha presença. Como me alertaram, era a primeira e única mulher a entrar como frequentadora pagante.

O segurança me olhou com cara de surpresa e me informou que não poderia me revistar (como que pensando em voz alta). Respondi afirmativamente e com um sorriso, e o mesmo acrescentou que também não havia nenhuma mulher para a revista. Dando risadas, sugeri abrir minha bolsa como alternativa e solução ao impasse.

Passo por ele, pago os R\$80 reais (homens pagam R\$40) e avisto dois amigos “Barbie” (para além de afeminados) olhando com curiosidade para dentro do bar. Junior e Diego me avistaram, aguardaram minha aproximação e perguntaram o que eu estava fazendo ali, acrescentando que eu seria maltratada *“porque os Ursos odeiam qualquer coisa afeminada, que eles são um saco”*. Confesso ter ficado desconfiada.

Fotografei o cartaz da festa e já neste momento foi possível perceber o quanto minha presença chamava atenção: sou o elemento exótico da noite (mulher, negra, com camisa cheia de paetês – Henrique me orientou a ir vestida ao estilo *“glam”*). Observei que havia outra mulher presente, estava vestida de maneira mais masculinizada e trabalhava como fotógrafa.

- **Reconhecendo o terreno**

Assim que entramos Henrique ativou o instinto protetor (figura 12). Cuidou de mim, apresentou-me pessoas influentes no movimento e alguns amigos – sempre usando a frase *“a tese de doutorado dela é sobre a gente!”* (seguido de sorrisos de todos).



Figura 12: Registro da Bear Celebration. Henrique explicando-me o universo Bear. Fonte: rede social da festa.

Fazia tempo que não ingeria álcool, mas optei por abrir exceção à cerveja para me ajudar na socialização. Fomos à pista de dança, ainda com poucas pessoas, e pude comprovar de fato ser a única mulher.

Ao som de música Retrô fui apresentada a diversas outras pessoas, à medida que ia recebendo explicações em *off* por parte de Henrique: *“tá vendo aquele ali? Veio só para dançar. É comum isso acontecer. Tá de boa. Se rolar clima, rolou, mas ele tá light”*. Este Urso, em especial, trajava camisa preta (não me recordo se no estilo Polo), chapéu panamá, bermuda em jeans escuro e tênis tipo (marca) Aesics bem colorido (figura 13). Cogitei se ele se encaixaria num caso de obesidade mórbida.

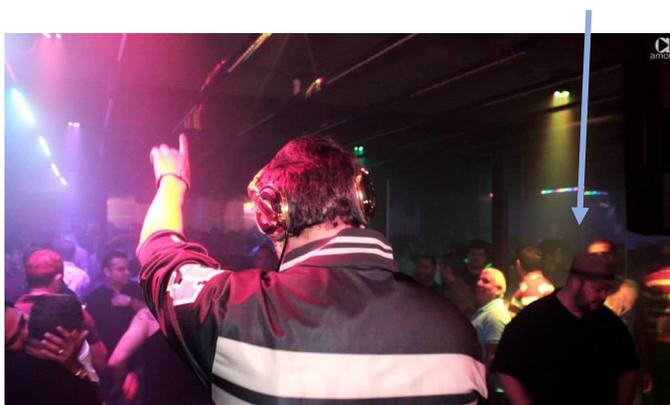


Figura 13: À direita, Urso que Henrique afirmou só ter ido para dançar. Fonte: rede social da Bear Celebration.

Henrique foi se socializar com seus amigos e, à medida que ia ficando mais sensível aos efeitos da cerveja, fui me soltando. Dancei e me diverti bastante. Ouvi muitas vezes de Pablo: *“menos, não se empolga, não há ninguém te olhando!”*.

Para uma pessoa que se considera tímida é extremamente libertador saber estar num lugar sem ter que necessariamente “agradar” alguém do sexo oposto. De fato, ninguém me olhou com intenções sexuais. Minha impressão foi a de que embora estivesse numa “selva” cheia de Ursos fortes, gordos, peludos, não havia espaço para o medo ou apreensão. O espaço era amistoso, nada hostil ou agressivo. Os olhares direcionados a mim eram apenas de curiosidade, seguidos de um sorriso de simpatia.

- **Os contatos**

Fui apresentada a diversas pessoas (confesso que meu nervosismo não me deixou lembrar de todas), mas dois, em especial, chamaram minha atenção (figura 14):

- Pedro, a “rainha urso” (como Henrique fez questão de apresentá-lo. Classificação nativa): claramente uma pessoa antiga e influente no movimento. Foi indicado não apenas pelos dois amigos de Pablo (ainda na frente do Miami Pub), como também por Henrique. A priori foi super educado, mas bastante fechado. Algumas horas (e bebidas) depois veio falar comigo. Disse ter muito a me falar. É o organizador da Bear Celebration. Passou-me seu telefone de contato e pediu para o telefonasse em outro momento.
- “Dani, Daniel para os íntimos”⁷⁵(entendi que esta forma de se apresentar é utilizada apenas quando em contato com estranhos ou outsiders – eu e Pablo, por exemplo): 49 anos e “muito formal”. Possuía uma circunferência abdominal gigante. Falou que já havia feito redução de estômago e outras intervenções cirúrgicas. Traços faciais que chamam atenção, barba cheia e fechada. Aparentou ser uma boa fonte de informações, embora seu discurso se contradiga durante todo o tempo: *“as pessoas em Recife não sabem ser ursos”*, *“se eu tirar a camisa todo mundo faz cara feia”*, *“isso daqui não são*

⁷⁵ Substituição do nome real do informante em virtude do anonimato.

ursos de verdade”, “a gente não pode rotular as pessoas”, “ser Urso é atitude...”.

Muito vaidoso, procurou-me durante toda a noite para conversar. Era evidente seu interesse em meu amigo Pablo. Falou em casamento, perguntou se eu e Pablo éramos namorados e, sem nenhum constrangimento, perguntou se meu amigo era gay.

Maquiador, morou em Londres, afirmou ter trabalhado em diversas fashion weeks, falou do mercado de moda no Brasil e na Inglaterra e sobre como funcionam os eventos deste porte.

Soltou uma analogia que, até hoje, considero a que melhor explicou o que é o estilo de vida ursino: *“tanto o urso macho como fêmea se parecem, assim como as baleias. O que os diferencia? ATITUDE!”⁷⁶*.



Figura 14: Pedro à esquerda e “Dani, Daniel para os íntimos” à direita. Fonte: Rede social da Bear Celebration.

- **Classes sociais**

Era evidente haver naquele espaço pessoas de distintas classes sociais, mas também ficava explícito que majoritariamente a Bear Celebration era frequentada por homens de classe média, com nível universitário e com um comportamento bastante polido (*habitus* de classe) – diferente dos frequentadores da boate Metrópole, em que fica clara a presença de pessoas da classe C, por exemplo.

⁷⁶ Posteriormente, quando questionei aos entrevistados o que era ser Urso, nenhum falou em atitude ou forma específica de se portar. As descrições centraram-se todas em questões estéticas e de indumentária. Perdi o contato com “Dani, Daniel para os íntimos” pois pouco tempo depois ele mudou de Recife.

Creio, inclusive, que esta nítida divisão dentro do grupo, de alguma maneira, corrobora para a ansiedade existente entre meus informantes no sentido de adquirir peças caras e que estejam de acordo com o *dress code* do grupo (noção de pertencimento e estilo).

A situação fica mais nítida quando observo que até a temperatura dos espaços muda: na Miami, onde ocorre a Bear Celebration, os condicionadores de ar encontram-se em temperaturas baixíssimas, enquanto na Metrópole o calor é grande (em virtude da lotação da casa, creio). Ainda na Bear, os Ursos parecem ter comportamentos mais contidos no dançar e flertar, ao contrário do público frequentador da Boate Metrópole, que dançava expansivamente ao som de música pop e flertava mais abertamente.

Foi possível chegar a esta conclusão quando observei que a partir das 2h da manhã os frequentadores da Bear Celebration passam a ter acesso livre para a Metrópole, enquanto pessoas que vão a esta, e que pagam um valor bem mais baixo de bilheteria, não têm acesso ao Miami Pub.

▪ O Carioca

Dançávamos na pista eu, Pablo e seu amigo quando observei que, aos poucos, um rapaz de baixa estatura, magro, sem pelos e com uma estética decodificada pelos demais como *cafuçu*⁷⁷ iniciou uma aproximação ao nosso grupo. Falou que éramos o grupo em que ele se sentiu mais à vontade para estabelecer uma aproximação, que tentou falar com outras pessoas, mas que todas as tentativas foram frustradas.

Afirmou que em São Paulo e no Rio de Janeiro (sua cidade natal) a dinâmica da festa e dos frequentadores era diferente. Perguntei se ele sabia que se tratava de uma festa de Urso, já que ele não parecia ser um, no que respondeu que sim e que gostava muito deles (entendi que ele seria um *chaser*). Chamou-me de “*dancing queen*” da festa e quis me pagar algumas bebidas. Acabamos nos afastando à

⁷⁷ Adjetivo pejorativo e de sentido ambíguo usado na cidade do Recife para denominar homens rudes e de baixa renda. Em Recife, no período das prévias de carnaval, há uma festa bastante famosa chamada de I Love Cafuçu, no qual os frequentadores são estimulados a fantasiar-se de Cafuços (homens) e “Rariús” (mulheres). Rariú surgiu como uma adaptação da frase “How Are You?”, erroneamente pronunciada por mulheres de baixa renda quando estão flertando com “gringos” (homens de outros países).

medida que a festa se adiantava, mas pude observar, quando estava de saída, que ele estava no balcão de flerte com um Urso local.

- **“A corajosa⁷⁸”**

Durante minha preparação para ir à minha primeira Bear esperava ser estigmatizada, devido aos comentários que havia ouvido no bate papo prévio com Henrique e, ainda na mesma noite, em frente ao Miami. Não fui. Creio que ir com Henrique foi um grande facilitador de meu processo de “aceitação” na festa.

Enquanto caminhava dentro do espaço da boate, percebi que o caminho naturalmente se abria para mim, e por várias vezes pude ouvir:

- *Você sabe que é a única mulher aqui, não é?*
- *Você é muito corajosa por ter vindo.*
- *Que poderosa, pagou super caro pra entrar!*

Naquele momento não percebi a situação, mas hoje me enxergo como uma “presa” passeando livre por uma variedade de Ursos em seu habitat natural. A diferença é que “não faço parte de seu cardápio”, por isso não me senti ameaçada em nenhum momento, já que fico totalmente fora de seu menu de predileções sexuais e amorosas.

Fui bem tratada por todos, mesmo quando me empolgava com a música que tocava, o que me fazia esbarrar em algumas pessoas. Meus pedidos de desculpa sempre eram respondidos com um sorriso.

- **Pouca “pegação”**

Em todas as leituras feitas antes da primeira incursão ao campo, tive acesso a diversas descrições sobre a energia hipersexualizada nos espaços ursinos. Na Bear

⁷⁸ Categoria nativa. Expressão cunhada pelos integrantes da festa para me adjetivar.

Celebration, entretanto, não foi o caso. Fui preparada para o “choque”, as “pegações” e sobre como não demonstrar constrangimento. Até as 2h da manhã apenas era possível observar, na pista de dança ou no lounge (figura 15), beijos e flertes. “Dani” já havia adiantado, em tom de crítica, que o comportamento dos Ursos recifenses era dotado de certo pudor. Exemplificou quando levantou a camisa.



Figura 15: Lounge do Miami Pub. Fonte: Rede Social Bear Celebration.

Este primeiro contato, que me deixou bastante empolgada com as possibilidades que a etnografia poderia me proporcionar, também me deixou apreensiva. Os motivos eram: eu ser uma estranha na toca de Ursos, o elemento exótico e que chama atenção (não sabia se positiva ou negativamente); como poderia me aproximar dos Ursos, em outras festas, sem que Henrique estivesse presente para mediar a situação?

Durante toda a noite, ainda que estivesse distante fisicamente de mim e de meu grupo, Henrique estava com seu radar de proteção bastante em alta, o tempo todo me observando ou tentando saber se eu estava confortável, fazendo com que eu fosse bem recebida, em todos os momentos, por todos. Será que indo sozinha, digo, sem meu protetor, haveria a mesma hospitalidade? Ou aquele ato de cordialidade tinha sido apenas em consideração a Henrique? Seria algo que teria de descobrir por conta própria, mas que, confesso, foi se mostrando um desafio interessante a se enfrentar.

5.3.1 nem tão amistoso assim - recife, 9 de abril de 2016 (edição trucker bear)

Neste sábado, apesar de meu cansaço e resistência financeira (confesso) acabei optando por ir a mais uma edição da Bear Celebration. A aventura já se iniciou quando me atrapalhei com as datas, acreditando que a festa ocorreria com uma semana de antecedência à data prevista.

Agendei com Joaquim (um dos entrevistados), que sugeriu para que eu entrasse em contato com a organização da festa apresentando-me como investigadora a fim de conseguir acesso gratuito ou, ao menos, no valor do ingresso masculino.

Desta vez os preços estavam ainda menos amistosos:

INGRESSOS ANTECIPADOS: Masculino R\$30 | Feminino R\$80

INGRESSOS NA HORA: Masculino R\$ 40 | Feminino R\$100

Entrei em contato com Pedro, “a rainha urso” apresentada por Henrique. Acreditei que, por alguma razão mágica ele fosse recordar quem eu era e meu objetivo. Assim, enviei mensagem de texto para o número que ele me passou solicitando o email da Boate Metrópole, que retornou secamente.

Em seguida, com a ajuda de Joaquim, redigi um email formal, no qual me apresentava e registrava os objetivos da pesquisa. Perguntei se poderia contar com a ajuda do grupo Metrópole, mensagem que foi respondida após algumas horas, também secamente, com o seguinte texto: “*que tipo de ajuda?*”. Observei que quem assinou o email foi Pedro, figura que considere de extrema importância para minha investigação.

Solicitando a ajuda de uma amiga antropóloga, apaixonada por etnografia e com experiência no uso do método, respondi de maneira direta e educada, mensagem a qual não obtive resposta alguma.

Chegado o sábado da festa, dia 09 de abril de 2016, questionei-me bastante se valeria a pena fazer a pesquisa de campo, uma vez que além de ter atividades acadêmicas para por em dia, também me senti amplamente desestimulada com o valor do ingresso e com o modo com que minhas mensagens foram respondidas pelo organizador e relações públicas do grupo/festa.

Acabei sendo convencida por meu companheiro a ir. Sendo assim, contactei Joaquim que, sendo Urso, mostrou-se bastante desapontado com “eles” ao saber

que minhas tentativas de comunicação foram em vão: *“Mas eu tô bem desmotivado de ir, gata... depois disso, assim, de ver que eles não valorizam nada dessas coisas, dessas questões que são tão importantes pra gente (Urso). Desanimei total de ir”* (via aplicativo de mensagens de texto).

Refleti e entendi que seria importante ir à festa, sobretudo para que o organizador da mesma pudesse me ver e perceber meu interesse pela vida ursina, e que pagaria por isso, caso fosse necessário.

Entrei em contato com a boate, que me passou um outro contato telefônico do organizador. De maneira formal, pedi informações sobre o ingresso feminino antecipado, obtendo resposta simpática por meio de diversos áudios via aplicativo de troca de mensagens. O respondente perguntou quem eu era e passou os dados de sua conta para depósito do valor do ingresso.

Efetuei o pagamento, enviei o comprovante e recebi a informação de que deveria procurá-lo na bilheteria da festa, sem que precisasse enfrentar fila.

Arrumei-me, decidi por algo bastante feminino, bem “mulherão”. Fui buscar meu amigo e fomos à Bear. O organizador estava na entrada do Miami Pub e sorriu ao me ver. Não foi algo do tipo “melhores amigos”, mas sim um sorriso de quem reconhece um colega. Pôs um “ok” ao lado de meu nome em sua lista, entregou-me a pulseira e pediu a dois funcionários que estavam ao seu lado copos temáticos da festa para mim e meu acompanhante. Recebeu como resposta que os copos já haviam acabado, mas os orientou a pegar dois, dos três que estavam separados, para nos dar (um gesto de gentileza).

O organizador trajava camisa com padrões étnicos em tons terrosos, de mangas compridas, conjunto de pulseiras de bolinhas e sementes (figuras 16 e 17). Estava muito bem vestido, o que me fez concluir sobre sua vaidade, e que sua indumentária era uma releitura atualizada dos Ursos tradicionais. Era um Bear moderno, por assim dizer.



Figuras 16 e 17: Pedro na edição Trucker Bear da Bear Celebration. Fonte: Rede social Bear Celebration.

Entrei na festa e, como esperado, fui alvo de muitos olhares. Ainda era cedo, cerca de 23 horas, e apenas a antessala (lounge) do espaço estava ocupada. Observei que apenas duas pessoas destoavam dentre os presentes: eu e um garoto magro, fashion e afeminado, que ficou sentado numa mesa ao canto (creio que era amigo do fotógrafo).

Sobre os Ursos presentes no momento de nossa entrada:

- Alguns trajavam macacão em jeans, o que lhes conferia uma estética de homem do campo. Eram dois, e um deles possuía uma tatuagem em sua cabeça careca;
- Outros estavam ao estilo do organizador da festa: Bear moderno. Todos de camisas xadrez, porém com estilo que chamaria de impecável (com ótimo senso estético).
- Alguns eram “descolados”, mas destoavam da estética ursina tradicional. Pareciam não ter medo de ousar no uso de estampas ou cores (figura 18).
- Poucos estavam vestidos tipo “classic bear”, ou seja, estilo rústico tradicional, coerentes com as descrições que encontramos nas literaturas ursinas militantes dos anos 80.
- Havia muitas composições em “all jeans” (figura 19).
- E, igualmente, havia outros frequentadores que aparentavam não possuir o estilo definido, em comparação a muitos ursos presentes. Creio que isso se dá em virtude de não se preocuparem tanto com o consumo de artefatos de moda, ou ainda por serem menos favorecidos financeiramente (já que, fazendo o recorte de classe, era

possível perceber que destoavam da grande maioria dos participantes, que pareciam pertencer à classe média alta recifense) (figura 20).



Figura 18, 19 e 20: Alguns estilos encontrados na edição Trucker Bear. Fonte: Rede social da Bear Celebration.

Ainda neste início de festa, os pelos corporais não estavam à vista. Estavam contidos como seus donos. Observei que a faixa etária dos presentes variava dos 30 aos 60 anos, mais ou menos, com prevalência de homens maduros. E arrisco dizer que, naquele ambiente ursino específico, havia uma relação bastante clara entre o nível educacional e financeiro com o esmero da sua composição estética do vestuário e acessórios, ou seja, o cuidado na escolha de marcas, tecidos e acabamentos.

Em sua maioria, os frequentadores não eram homens muito gordos ou grandes, apenas barrigudinhos. Chamou-me atenção a entrada de um homem negro, jovem, bastante alto e parrudo, trajando um blazer cáqui. Estava elegantemente vestido e por onde passava, era alvo de olhares curiosos ou de desejo. A dúvida que me ocorreu era se ele se identificava como Urso ou *chaser*⁷⁹, por exemplo. Não tive a oportunidade de dialogar com o mesmo, de modo que saí sem satisfazer minha curiosidade acadêmica.

Em um dado momento da noite saímos para comprar goma de mascar. Admito também ser uma estratégia minha para dar uma amenizada no frio que estava sentindo dentro do Miami Pub, já que o espaço apresenta condicionadores de ar nas temperaturas mais baixas possíveis.

No “fiteiro” que se encontra do outro lado da rua à boate, encontramos com um colega (e que por várias vezes se colocou à disposição para me ajudar em minha investigação). Ele estava acompanhado de dois amigos que formavam um casal de Urso e Chaser (figura 21).



Figura 21: Casal com quem dialoguei em frente à Bear Celebration. À esquerda meu informante Urso, à direita seu companheiro (chaser). Fonte: Rede Social da Bear Celebration

Iniciamos um bate papo altamente proveitoso, que contribuiu para reforçar minha ideia de que a territorialidade influi na estética do Urso recifense. O tema surgiu quando meu conhecido (que não atuou enquanto informante) afirmou que acredita que os Ursos da Bear Celebration eram “fake”, complementando que apenas constituíam Ursos de verdade os exemplares norte-americanos.

⁷⁹ “Caçador de Ursos, ou “não-urso” que nutre interesse sexual e afetivo por homens ursinos.

Seu amigo Urso interveio, argumentando que os bears recifenses sofreram adaptações locais. Falou sobre o conceito de territorialidade e complementou que em sua tese de doutorado (em Geografia), essas especificidades locais são vistas de maneira natural. Tentei diversas vezes agendar entrevista com ele, mas fiquei sem respostas.

Aproveitei para questioná-lo sobre se ele se lia como Urso e se estava vestido como tal naquele exato momento. Rindo, respondeu-me que sim, era Urso, mas que naquela ocasião estava vestido de “Odara ou Desce” (festa com temática tropical frequentada por público com perfil alternativo e LGBTQ da cidade do Recife). Trajava camisa verde e bermuda com estampa de folhas, arrematado com um sapatênis. Explicou que saiu da citada festa, que ocorre à tarde, e seguiu para a Bear Celebration à noite.

Contrapondo o argumento de seu amigo, defendeu os Ursos recifenses, afirmando que a estética apresentada por estes não se trata de exemplares ursinos falsos, mas que houve uma adaptação estética e comportamental deste grupo ao cenário local. A seu ver, ao contrário do cenário norte americano, no qual a comunidade ursina é um grupo à parte da comunidade LGBTQ, no Recife a comunidade gay é uma só, de modo que os estilos e referências estéticas se misturam e se confundem.

Aproveitei para acrescentar o que “Dani, Daniel para os íntimos” havia me dito em minha primeira visita à Bear: *“em Recife as pessoas não sabem ser Urso”*. Relembrei o momento em que ele tirou sua camisa e que disse que este gesto seria mal visto pelos frequentadores da festa, em virtude de certo pudor com a nudez e a sexualidade (o que se contrapõe ao depoimento de Pedro durante sua entrevista). Meu interlocutor geógrafo concordou, e acrescentou que o pelo ainda é um tabu, que nem sempre é bem visto, e que por isso pode causar sanções. Cabe a pergunta sobre se seria o pelo ou a gordura, em virtude da gordofobia.

Enquanto caminhávamos de volta do “fiteiro” para o Miami, ele acrescentou: *“você não abre seu guarda roupa e pega uma roupa de Urso para vir”* – o que posteriormente pôde ser negado pelos Ursos entrevistados. Meu acompanhante (Joaquim) confirmou que não havia escolhido se vestir como Urso, mas que sua camisa de botão vermelha com estampa de cachorro (figura 22), seu jeans skinny e seu coturno eram parte de sua indumentária diária. Entretanto, posteriormente, em

sua entrevista, entra em contradição, falando que existe um modo de se vestir para trabalhar e um código de vestir para a noite e o flerte.



Figura 22: Joaquim indo à Bear Celebration com sua camisa vermelha com estampas de cachorro – Edição Trucker Bear.

Nos despedimos de nossos interlocutores e de volta à frente do Miami Pub encontramos com alguns conhecidos de Joaquim, que, ao saberem da minha intenção naquele espaço, falavam de grupos de whatsapp para bate papos (Refúgio dos Ursos), do Clube dos Ursos (espaço virtual em que a nudez era permitida), e de um aplicativo para flerte e sexo direcionado à comunidade ursina (Growlr – figura 23), através do qual era possível acessar fotos e interagir com membros cadastrados que estivessem geograficamente próximos.



Figura 23: Growlr, aplicativo destinado a Ursos

Ainda antes de entrar, um homem tipicamente urso, e bastante atraente, veio me questionar, surpreso, se eu, de fato, iria pagar os R\$80 para entrar. Afirmei que já havia pago e concluí que ser mulher na Bear é ser, além de diferente, rica!

Lá dentro, estávamos dançando e percebi muitos olhares curiosos em minha direção. Num dado momento um homem desconhecido, de aproximadamente 35 anos e que disse se chamar Thiago, aproximou-se para conversar comigo.

Arquiteto formado pela UFPE, perguntou “*qual a sensação de ser a única mulher?*”. Rindo, respondi que era “libertador, que poderia dançar livremente”. Continuou questionando o que eu fazia na Bear, ao que respondi que estava acompanhando um amigo também Urso. Devido à sua insistência, acabei falando que meu objetivo era desenvolver uma investigação ao nível de doutorado.

Por duas vezes questionou qual o meu objetivo, especificamente. Uma vez que respondi, retrucou que entendia, mas que não via necessidade nessa definição do que é ser Urso, que se tratava de algo caricato e fora de moda.

Questionou “*se você fosse lésbica, se vestiria masculina?*”, ao que respondi que não. Como não dei margem à resolução de sua dúvida sobre minha orientação sexual, acabou sendo vencido pelo cansaço e necessitou questionar diretamente. Argumentou que acreditava que minha presença lá se dava por motivos de flerte, e que havia ido em busca de mulheres masculinizadas.

Seu objetivo com aquela série de questionamento era o de tentar me convencer que não havia motivos para estudar uma estética ursina, pois acreditava que se tratava de uma construção estereotipada. Pediu para que eu olhasse a minha volta para que eu pudesse confirmar que havia muitos homens afeminados numa festa que se vende como hipermasculina.

Minutos depois fui abordada por um senhor de chapéu, camisa estampada com manchas de tinta pretas, e sapatênis. Sob efeito de álcool, questionou num tom de humor, como se me conhecesse: “*tá fazendo o quê aqui?*”. Rindo, respondi num tom de apelo para que me recebesse; a resposta foi a de que ele não nutria preconceitos.

Aproveitou o momento para desabafar o interesse de seu colega e acompanhante por ele. Seu acompanhante era o típico exemplar de Urso negro com estética

simples (quase o que se considera, popularmente, malvestido), trajando boné, tênis e camisa, o típico “cafuçu” pernambucano.

Ao entrarem dois *go go boys*⁸⁰ contratados pela organização da festa, dei-me conta de que a festa não possui aquele espírito ursino preconizado nas literaturas militantes. Há muita interferência de outras subculturas gays locais.

Fechei a noite tentando levantar as estéticas que pude reconhecer, tentando traçar um padrão que pudesse me dar pistas sobre como montar o esquema de entrevistas.

Conclui, também, que havia ursos jovens, com cerca de 20 anos, que embora fossem super ligados às tendências de moda não eram abordados para flerte (foi neste momento que avistei Rafael, último Urso a ser entrevistado, pela primeira vez na Bear Celebration). Interessavam-se por homens maduros, mas não conseguiam chamar a atenção dos mesmos. Posteriormente, durante a realização das entrevistas, pude compreender a razão para tal.

Havia homens que se liam como Ursos, embora não se vestissem de acordo com o visual valorizado pelo grupo (muitos possuíam trejeitos afeminados). Ainda foi possível observar homens com estética ursina mais neutra, bem como muitos homens maduros, com idade próxima aos 60 anos.

À medida que a hora avançava, era possível observar que os frequentadores se tornavam mais à vontade para abrir os botões da camisa e mostrar os pelos de seus peitos.

As observações da noite deixaram-me bastante satisfeita das possíveis indagações a serem feitas posteriormente nas entrevistas: sobre a diversidade de estéticas ursinas observadas na noite, sobre a possibilidade de interferência estética e comportamental de outras subculturas no universo ursino, sobre a relação dos Ursos mais maduros para com os mais jovens e, especialmente, sobre o questionamento feito por Thiago, a respeito da possibilidade da imagem ursina ser fruto apenas do estereótipo (o que acaba por se cruzar com as informações dadas por meu interlocutor geógrafo).

⁸⁰ Bailarinos que dançam de maneira sensual e trajes minúsculos (e/ou temáticos).

5.3.2 sem muitas descobertas - recife, 08 de outubro de 2016

Mais uma vez fui acompanhada de Joaquim, que optou por usar sua camisa de botão verde acetinada (figuras 24 e 25). Nesta ocasião uma grande amiga pediu para se juntar a nós para conhecer a festa. Por gostar de uma estética glamourosa, a mesma afirmou que iria se “montar” inteira.



Figura 24: Joaquim em sua camisa verde acetinada, coturno e calça escura.

Figura 25: Detalhe camisa verde

Embora fosse uma prática extremamente comum e corriqueira, chamou-me a atenção a vaidade de meu acompanhante ursino que, assim que combinamos nossa ida à Bear Celebration, agendou salão de beleza para ajustar a barba e fazer as unhas das mãos e pés, não me poupando de fotos orgulhosas do resultado final de seu rosto.

Quanto à minha amiga, ela vestia camisa de tecido fino, acompanhada de saia longa de tecido igualmente delicado. Estava bastante glamourosa e de salto alto, tendo o cabelo arrumado num coque.

Tive muita dificuldade para criar algo para vestir para a festa (em minha cabeça não consegui parar de repetir que precisava de roupas para a balada). Optei por um vestido tubinho preto de renda herdado de minha mãe, e por usar um par de botas pretas e arrematei com um brinco único de penas (earcuff), com cabelo preso e

batom vermelho. Hoje vejo que em todas as edições em que estive presente à Bear estava de preto, unindo uma estética glam rock que se mesclava, sobretudo com conforto.

Chegamos por volta das 23h30 e a festa ainda estava vazia. Como esperado eu e minha amiga chamamos bastante atenção por onde passamos. Muitos olhares nos acompanhavam. Quando observava que os olhares estavam muito intensos respondia com um sorriso, de modo que recebia um sorriso de simpatia em retorno.

Por algumas vezes fui abordada para receber elogios ao meu look. Não vi o mesmo acontecer com minha amiga, o que me leva a crer que, embora feminina, estava com uma estética mais rock n'roll, enquanto minha companheira de aventuras estava bem "travesti" – como gosta de se auto denominar em virtude de seu comportamento exagerado e expansivo. Interessante perceber que a androginia e o estilo rock n'roll de minha indumentária me proporciona mais simpatia por parte dos Ursos da Bear Celebration que à minha amiga extremamente feminina.

Esbarrei com Pedro assim que cheguei. Sorri, trocamos dois beijinhos, perguntei como ele estava e se poderia contatá-lo por telefone ainda esta semana. Fui respondida com uma afirmativa e um sorriso acompanhados de desconfiança.

Desta vez minha estratégia era observar a festa por uma perspectiva diferente: deixei de lado o "preconceito" do que seria um Urso para olhar ao meu redor de uma maneira mais livre. Gostei bastante dos resultados, uma vez que constatei que a construção estética dos Ursos da Bear Celebration foge bastante dos estereótipos.

Havia muitas calças com modelagem skinny, por exemplo, o que valorizava as pernas e nádegas de seus usuários. Em termos de camisas, o decote em V prevalecia, seja em camisas Pólo tradicionais, seja em camisas de algodão mais modernas. Creio que isto se dá em virtude do alto valor conferido aos pelos do corpo, e em especial aos do peito.

A grande observação da noite centrou-se na seguinte frase, que digitei em meu celular ainda sob efeito do álcool ingerido durante a festa: transitam entre uma formalidade heterossexual e uma dinâmica fashion homossexual.

Ou seja, foi-se o tempo em que para ser Urso, assim como para ser "homem heterossexual", bastava se vestir e se portar a partir de uma performatividade viril,

que não dá margem a comportamentos ditos afeminados e a elementos de indumentária lidos como masculinos.

Acompanhando as dinâmicas dos novos tempos, é possível crer que homens possam apresentar certo grau de vaidade (metrossexualidade) sem que isso comprometa sua masculinidade, e é isto, creio, o que faz com que os Ursos recifenses, embora herdeiros de uma dinâmica machista e patriarcal nordestina, possam apresentar tantos elementos de comportamento e estética destoantes dos Ursos norte-americanos.

Compreendi, a partir desta última incursão à Bear Celebration, que precisava traçar uma nova estratégia para a construção de minhas conclusões sobre o universo ursino recifense, e que era chegado o momento de realizar as entrevistas. Estas atuavam como uma fonte direta de elucidação sobre as dúvidas que nutria: teriam os exemplares ursinos entrevistados iniciado sua vida sexual a partir de uma performatividade afeminada para depois se portarem como Bears masculinos? Teriam as violências físicas e emocionais homofóbicas sofridas atuado como um gatilho para sua mudança de comportamento perante a sociedade? Será que todos os Ursos também idealizam o pertencimento a esta subcultura? Como lidam com a ambivalência masculino-feminino que possuem e, especialmente, como sua indumentária atua neste sentido?

5.4 3º MOMENTO: ENTREVISTAS E ANÁLISES

Finalizadas as incursões à Bear Celebration e autorizadas as entrevistas (concedidas voluntariamente) pelo comitê de ética da Universidade Federal de Pernambuco, havia chegado o momento de elucidar dúvidas levantadas ainda durante a fase etnográfica da investigação.

Pode-se afirmar que a estrutura das entrevistas seguiu o mesmo roteiro (anexo 1), havendo a inclusão de perguntas complementares com o intuito de reforçar uma linha argumentativa ou ainda, elucidar dúvidas que eventualmente surgiam. Assim, foram solicitados desde dados de identificação dos entrevistados a questões relacionadas à sua sexualidade, contato com membros ursinos, relação com a moda e indumentária, finalizando com a solicitação de fotografias dos quais os

entrevistados pudessem explicar composições de roupas/acessórios que já utilizaram ou utilizariam em diversos ambientes (trabalho, lazer, flerte etc.).

Como informado, a estratégia para a escolha dos informantes foi a de pinçar, por meio de conhecimento ou indicação, homens gays que se reivindicassem como Ursos e que fossem recifenses ou que residissem na cidade há bastante tempo. Objetivou-se selecionar apenas homens maduros, com idade acima dos 35 anos, uma vez que se acreditava que seriam mais estáveis econômica e emocionalmente. No entanto, como já mencionado, dois dos informantes possuíam idade inferior à estipulada: Victor (em virtude de seu comportamento maduro, apenas soube de sua idade ao iniciar a entrevista) e Rafael (como forma de elucidar algumas questões apontadas pelos entrevistados). Abaixo apresento o perfil dos informantes⁸¹:

JOAQUIM (figura 26)



Figura 26. Joaquim

41 anos, auto assumido negro, com tipo físico que chama de “médio” e morador do Bairro das Graças (Recife-PE). Como atividade física pratica o pilates. Mestre em Psicologia Clínica, especialista em Literatura Brasileira e graduado 3 cursos superiores. Nascido no Norte, residiu em diversas regiões do país até vir morar na cidade do Recife, que considera atualmente seu lar. Embora aprecie bastante

⁸¹ Achamos por bem reforçar que, seguindo o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) do Comitê de Ética da UFPE, todos os nomes foram substituídos de modo a resguardar a identidade dos entrevistados.

frequentar as Bear Celebration, não parece ser popular no meio. Acompanhou-me em duas de minhas incursões à festa e não parecia possuir um círculo de amizades ursino, de modo que apenas cumprimentava alguns conhecidos à porta do Miami Pub.

OTÁVIO (figura 27)



Figura 27. Otávio

40 anos, designer de formação, mestre em Design e professor universitário também na área. Residente no Recife desde os seus 19 anos. 1,75m de altura, pesava cerca de 83kg ao momento da entrevista e se considera detentor de um tipo físico que popularmente é chamado de “socadinho”, que é o parrudo, forte (como se auto denominou). Diariamente pratica musculação e afirma ter um tipo físico que lhe proporciona um corpo musculoso, embora afirme que jamais terá “barriga de tanquinho”. Natural de Vitória de Santo Antão, foi criado desde a infância na cidade de Gravatá (localizadas no interior do Estado de Pernambuco). Em sua adolescência foi seminarista. Fez crer que havia frequentado poucas edições da Bear Celebration, e que não apreciava o evento em virtude de considerar suas edições bastante repetitivas (mesmo público e músicas, segundo ele). De opinião forte e tom de voz assertivo, mostrou-se bastante à vontade para compartilhar fatos íntimos e dolorosos de sua vida. Afirma preferir viajar para São Paulo para frequentar festas ursinas, no qual o ABC Bailão parece ter sua predileção. Hospeda-se na Av. Vieira

de Carvalho, point LGBTQ da cidade, para estar “em cima” dos eventos Bear da capital paulista.

VICTOR (figura 28)



Figura 28. Victor

28 anos, mestrando em Antropologia, considera-se agnóstico embora tenha tido uma formação cristã. Lê-se como negro e gordo (afirma que tem bastante orgulho em sê-los). Diz possuir um estilo clássico de se vestir. Possui uma gentileza no trato, e uma maturidade no falar, que fazem com que aparente ser mais maduro que a idade que realmente possui. Diz não gostar de ser tratado como fetiche em virtude de sua gordura corporal ou pelos (dentro e fora da comunidade ursina), por achar que isso o essencializa. Não costuma frequentar a Bear Celebration, mas deu a entender que aprecia ir ao Conchitas (bar vizinho ao Miami Pub, que também pertence ao contexto LGBTQ da cidade, distanciando-se em estilo da Bear Celebration). Não frequenta os círculos de sociabilidade ursinos da cidade, de modo que se relaciona comumente com pessoas pertencentes a outras subculturas LGBTQ da cidade.

PEDRO (figura 29)



Figura 29. Pedro

50 anos, morador do bairro de Boa Viagem, considera-se vaidoso e consumista. Formado em comunicação social com habilitação em jornalismo, é pós-graduado em marketing empresarial. Trabalha numa ONG voltada para o público LGBTQ e também organiza a única festa destinada ao público Urso na cidade do Recife, a Bear Celebration. De acordo com Henrique, é considerado a “rainha urso” - cremos que em virtude de sua vaidade, bem como influência entre os Ursos de Recife e São Paulo. Considera-se peça fundamental na história da comunidade ursina pernambucana, muito embora tenha se mostrado desconfortável em tratar de assuntos ligados à história da comunidade ursina em Recife. Sempre que questionado sobre sua sexualidade e às violências sofrida por ser homossexual, mudava de assunto. Organiza os bearcontros na cidade, seja em eventos do Grupo Metrópole, seja em festas privadas.

RODOLFO (figura 30)



Figura 30. Rodolfo

40 anos, arquiteto de formação, com pós-graduações em segurança do trabalho, engenharia de segurança, gestão ambiental e gerenciamento de projeto. Católico

“não muito praticante”, como prefere falar, reside no bairro da Boa Vista. Descreve seu tipo físico como “mais para ursinho”, porque diz estar acima do peso, apesar de estar mais magro. Vaidoso e consumista, é adepto da musculação. Afirma ter se descoberto Urso há pouco tempo, e por isso diz que suas roupas não possuem as características de “roupas ursinas”. Vê na Bear Celebration um local seguro e acolhedor, já que sente que todos são bem recebidos, independente de idade ou tipo físico.

RAFAEL (figura 31)



Figura 31. Rafael

Com 21 anos, Rafael abandonou o curso de direito no 3º período, quando decidiu cursar design de moda (sua formação). Passou por um processo de cirurgia bariátrica pouco antes de entrar na faculdade. Assumiu-se gay para seus pais ainda na adolescência e afirma ter uma família bastante acolhedora, que não criou nenhum problema (ao contrário dos pais de muitos amigos) ao saber que possuía um filho homossexual. Diz nunca ter sofrido nenhum tipo de violência homofóbica (nem no grupo familiar, nem na rua). Frequentou algumas edições da Bear Celebration, mas “enjoou” da festa em virtude das músicas tocadas. Em suas palavras: *“começa com Madonna e vai pra Whitney Houston e quando vê tá em Abba... [inaudível] amor, isso aqui não é uma festa disco não, vamos botar um funk? Vamos botar uma Anitta, pelo amor de Deus porque não tá dando. E fui uma, fui duas, fui três, fui quatro, eu fiz ‘meu Deus, o som não muda’”*. Representa os novos ursos, a nova geração Bear da cidade.

Todas as entrevistas ocorreram em locais escolhidos de comum acordo entre a investigadora e os informantes. Algumas foram realizadas nas residências dos Ursos em questão, outras na própria UFPE e as últimas em cafés e restaurantes.

Embora tenha tido certa dificuldade em agendar entrevistas com muitos Ursos que estavam em minha lista de contatos, os 6 entrevistados acima foram bastante solícitos em contribuir para esta investigação (à exceção de Pedro, logo que nos conhecemos); alguns por vaidade, outros por acreditar que é necessário que se estude e se fale mais sobre Ursos e a comunidade LGBTQ no Brasil, especialmente em virtude do momento político de “retrocesso” que temos vivido.

Utilizando as técnicas propostas por Ferreira (2014) para a realização de entrevistas compreensivas – espelho, sumarização, complementar, incompreensão voluntária, silêncio e recuperação da técnica –, os “bate papos” duraram cerca de 1h30 e constituíram elementos chave para o descortinamento das últimas dúvidas relativas à comunidade ursina recifense e sua relação com a indumentária.

As entrevistas foram transcritas e analisadas junto às imagens colhidas na página da Bear Celebration no Facebook, e nas redes sociais dos entrevistados (Instagram, Whatsapp e Facebook), seguindo a técnica da análise de conteúdo para avaliá-las posteriormente. O objetivo foi o de levantar mais elementos para a contextualização dos aspectos psicológicos, sociológicos e culturais dos entrevistados.

A organização da análise se deu, como informado na metodologia, em 3 polos cronológicos: pré-análise e leitura flutuante, exploração do material e classificação dos elementos constitutivos do conjunto e tratamento dos resultados (junto com a inferência e interpretação dos dados) (BARDIN, 2016).

Assim, as categorias teóricas e empíricas (sugeridas pela análise de conteúdo) foram separadas em mais de 30 classes (Ex. latência sexual, interesse por homens, conflito, preconceito etc.) que, posteriormente, foram arranjadas em 3 blocos por afinidade não só de discurso, como também de elaboração teórica. São eles:

BLOCO A |Violência e Performatividade Ursina;

BLOCO B |Espaços de Celebração e Ritos de Adesão Ursinos;

BLOCO C | Entre o Corpo e o Artefato.

Realizadas durante o ano de 2017, as entrevistas compreensivas, mais que as incursões etnográficas, mostraram-se fundamentais para a compreensão da dimensão simbólica ocupada pelos artefatos de moda no universo ursino recifense. Suspeitávamos que muitos fatores estariam envolvidos como a herança machista e patriarcal do Nordeste brasileiro e ainda o processo contínuo e ininterrupto da construção de uma identificação ursina etc. Para além disso, tive a oportunidade de me deparar com aspectos que não haviam sido tocados na literatura ursina militante ou nos estudos acadêmicos aos quais tive acesso, como por exemplo, a dimensão ocupada pelas violências homofóbicas sofridas na infância dos Ursos entrevistados e em como elas foram fundamentais para que se tornassem quem são hoje.

A seguir são apresentados os 3 tópicos, cada um com dados e análises relativos aos depoimentos dos entrevistados. Seguindo o método da análise de conteúdo (BARDIN, 2016; CAVALCANTE ET AL, 2014), os resultados da exploração das entrevistas foram tratados, interpretados e categorizados no sentido de contar uma história ao leitor.

5.4.1 VIOLÊNCIA E PERFORMATIVIDADE URSINA

Realizar entrevistas sobre sexualidade e processos de identificação com pessoas as quais não tinha intimidade foi um desafio interessante. Posso adiantar que, no mínimo, tive de exercitar minhas habilidades de estrategista, já que precisava que meu interlocutor confiasse em mim o suficiente para se abrir no momento exato em que fosse iniciar as perguntas de caráter mais íntimo, e até aquelas que os tele transportasse para um passado de dor que poderia estar adormecido há muito tempo.

Inicio esta parte falando desses aspectos porque é uníssono aos Ursos seu orgulho de serem quem são. Também pudera, a comunidade ursina carrega consigo a beleza e a luta da resignificação: seja da gordura, seja da maturidade, seja da

homossexualidade. O objetivo deste tópico é refletir o processo de iniciação aos valores ursinos a partir de vivências dos informantes. Parafraseando Simone de Beauvoir, pode-se dizer que “ninguém nasce Urso, torna-se Urso”.

Assim, compreender o passado desses homens, sua história, o modo como saíram do armário e como isso foi encarado por pais, familiares e amigos foi de extrema importância para ir um pouco mais além do que propuseram meus antecessores acadêmicos nos estudos por mim consultados.

Visando me aproximar e poder traçar um perfil de meus informantes, iniciei pedindo para que se apresentassem, descrevessem seu tipo físico, falassem do que faziam profissionalmente, qual era sua formação, idade, se praticavam atividade física etc.

Por saberem que a investigação era sobre a subcultura ursina, alguns se mostravam ansiosos para falar sobre o que era ser Urso, já neste primeiro momento. Via-se que alguns, inclusive, haviam literalmente se preparado para falar a respeito, no sentido de pesquisar na internet tudo que lhes fosse possível sobre a subcultura para responder “corretamente” ao que fosse questionado. Sempre fiz questão de tranquiliza-los. Ouvia a todos polidamente, afinal, toda informação é bem-vinda, mas os trazia de volta ao roteiro. O objetivo era prepara-los para o bloco de questões que vinha a seguir.

Quando passei a estudar a história da moda gay, e neste ponto Cole (2000; 2013), Steele (2013), Crane (2006; 2007), Craik (2005) e Mora (2007) foram fundamentais, iniciei minhas suspeitas de que todo homem que hoje é Urso, ou seja, tenha um comportamento hipermasculino, um dia já foi uma criança afeminada. Pode parecer loucura de uma heterossexual que não sabe do que está falando, mas passei a entender que iniciar a vida sexual por volta do final dos anos 1960 e no decorrer de 1970 (período aproximado da pré-adolescência dos entrevistados), era sobretudo ter uma única imagem interiorizada: a ideia de que ser gay, gostar de homem, era assemelhar-se à mulher em suas performatividades.

Isto esclarecido ao leitor, questionei os entrevistados sobre como foi o processo de descoberta de sua orientação sexual. Também perguntei como se processou o sair do armário, já que uma coisa não necessariamente está ligada à outra. Creio que este momento foi o mais difícil para muitos deles, não só por terem de reviver alguns fantasmas do passado, como também por terem de se “abrir” para uma “estranha”.

Acredito, que neste ponto é que se estabeleceu minha conexão com os informantes. Explico: a descrição de muitos foi tomada de tanta dor e ressentimento que não pude fazer nada além de ser empática, ouvir, tentar entender seu momento e deixá-los falar livremente, complementando sempre com uma exclamação ou cara de surpresa (que não conseguia segurar) quando algo me chamava a atenção.

Todos os entrevistados afirmaram já na infância ter conhecimento de seu interesse por homens. Para aqueles que desde muito novos (a idade dos 7 anos foi bastante mencionada) se perceberam gays, sua descoberta veio automaticamente associada a medo e violência – fato que muitos só associaram à sua orientação sexual mais tardiamente.

é, aí foi complicado [riso constrangido] ... foi complicado, mas eu sempre soube que era gay. Desde os 7 anos de idade... quando eu notei que realmente eu gostava de homem eu tinha 7 anos de idade... é... desde os 7 anos de idade... com 7 anos de idade eu me identificava com... eu já me identificava com moda, eu já me identificava com o universo, do que as mulheres gostavam e já me identificava com homens e com o pênis. Eu não olhava pro rosto dos homens, eu olhava pro pênis. Sempre! Desde os 7 anos de idade. Meu sonho era um dia pegar num pau de um homem, e isso somente ocorreu quando eu tinha 18, 19 anos, que foi quando eu tive a minha primeira relação sexual, que foi maravilhosa! [Pedro]

Desde pequeno. (risos) Desde pequeno assim, sempre gostei de algumas coisas diferentes dos meus irmãos, entendeu? Dos outros meninos. E era difícil para mim, por toda questão de ser do interior, pela questão religiosa... teve todo um processo pra... [Rodolfo]

E... é... bom, desde muito cedo eu me identifico enquanto homem homossexual. Acho que isso aconteceu, bom, desde sempre, mas aí quando isso se torna... deixa de ser um segredo pra família é, em média, quando eu tenho 17-18 anos. Quando eu torno isso público pra minha família. [Victor]

Foi engraçado. É... eu, sempre, sempre tive atração por homem desde pequeno. Desde pequeno. A partir dos meus 7 anos, que foi quando eu comecei, que a gente começa a meio que entender... foi... eu, realmente, eu comecei a ver que tinha atração por meninos. É aquela coisa assim: no grupinho lá do prédio que tinha os meninos um pouquinho mais velhos que eu, uns 9 anos de idade, na hora da piscina, que a gente brincava na piscina não sei o que e tal, eu travava, ficava assim olhando o corpo dos meninos e cor, aquela

bunda e tal. Aquela coisa, assim, bem... era coisa sexual muito forte, pra minha idade, mas eu comecei a sacar daí. Eu tive uma infância, assim, onde eu brinquei a minha vida toda de boneca. [Rafael]

Perceber-se interessado por homens é automaticamente ser tomado por conflitos e culpa. A homossexualidade era associada a algo extremamente negativo, sobretudo nos anos 1980, época em que os brasileiros puderam acompanhar “o BOOM do HIV com Cazuzza se acabando na TV” [Otávio]. A homossexualidade (junto à falta de informação e preconceitos) trazia consigo o estigma automático de uma doença sem cura e comportamentos desregrados.

Aí um dia meu pai falou assim “Você... tenha cuidado, viu? Que esse universo aí, é tudo muito promiscuo”. Eu digo “pai, vê só... na minha idade, tu já tinha fudido com muito mais mulheres, tu tivesse muito mais relações do que eu tive até hoje, então quem é o promiscuo?”, nas palavras dele, tu fodia com preta, com branca, com alta, com baixa, com tudo o que é mulher tu fudesse. Aí, o promiscuo sou eu. Aí, tem uma frase de um reverendo, de uma igreja LGBT (não mencionada pelo informante) que ele diz assim: “Promiscuo é o outro que faz mais sexo do que eu”, sabe? Então, assim, é muito doido isso. Eu não sei mais nem qual é a pergunta e, também, não sei mais nem se eu respondi [Victor].

Para além disso, alguns dos entrevistados portavam-se de maneira lida como afeminada, o que lhes rendia *bullying* na escola, quando não, episódios de violência doméstica, sem que necessariamente a razão a qual estavam “apanhando” fosse nomeada.

Mas eu era afeminado, eu era afeminado, era! MUITO! Eu era muito afeminado e isso me martirizava muito. Tinha bullying no colégio, entendeu? [Pedro]

Olhe, que eu comecei a sofrer agressões com termos pejorativos, dentro de casa pelo menos, assim, eu acho que eu tinha 7 anos de idade. [...] E o que me revoltava, me agredia mais, me machucava, era que tipo assim, o que é que eu fiz para estar ouvindo esse tipo de coisa? E, assim, meu pai era da polícia, né? Chefe da polícia federal, etc e tal. Ele usava todo jargão que ele usava com os meliantes ou mau elementos, como ele chamava, ele reproduzia todos os adjetivos pejorativos comigo, enfim, com alguns outros, mas comigo

de forma especial, aquilo eu sei que rolava. E usava expressões que eu não tinha noção do que queria dizer, pederasta, tipo assim... Oi? O que é isso? [Otávio]

Em nossa sociedade, e neste ponto afirmo que trato mais especificamente da nordestina, aquela que popularmente é conhecida por gerar homens viris e “mulheres macho”, existe uma estrutura histórica bastante difícil de se quebrar. Esta, basicamente, é pensada e desenvolvida para e por homens (BOURDIEU, 2012a; BUTLER, 2015; ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013). Isto dito, não é de se espantar que se acredite serem os sexos e os gêneros masculino e feminino os únicos possíveis – ocupando o primeiro lugar de destaque, enquanto o segundo existe enquanto “segundo sexo”.

A divisão entre estes sexos/gêneros ocupa o lugar de “ordem natural das coisas”, sendo considerado o normal, o aceitável, o natural e o inevitável, sobretudo. Bourdieu (2012a) justifica afirmando que esta ordem está presente em estado objetivado nas coisas, que são sexuadas (A casa ou O garfo, por exemplo), e em todo o mundo social, estando, assim, incorporado nos corpos e *habitus* dos agentes. Tal estrutura contribui, sobretudo para a formação dos esquemas de percepção social, bem como de pensamentos e ações.

Para Albuquerque Júnior (2013), a imagem de nordestino, então, expressa uma figura que vem sendo construída e reconstruída desde o começo do século XIX, constituindo-se em um ser no qual recaem simultaneamente uma identidade regional e uma identidade de gênero (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013). Esta figura é construída como sendo um ser de imagem demasiado masculina.

Enrijecimento de organismo potente; tipo fisicamente constituído e forte; aspecto dominador de um titã acobreado; verdadeiro pai-d'égua; gritando muito e decompondo como um capitão de navio; homem bravo; homem de gênio forte; cabras se fazendo em arma com facilidade; falando sempre em mulheres; quase nus de brincadeiras uns com os outros e com os gestos dos touros, de pernas abertas e membros em riste, no deboche, na gargalhada; [...] (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 17).

Primeiro que o ser masculino na minha família, não só pela figura do meu pai, que ainda é assim até hoje, extremamente machista, extremamente enfim... todos os estigmas que tu puder imaginar, a figura do coronel caricato de Jorge Amado, é papai [Otávio]

O autor enfatiza que, no contexto do Nordeste do Brasil e no tempo por ele estudado, não se concebia a existência de outras possibilidades de gênero dentro do amplo espectro da sexualidade e das afetividades, prevalecendo a construção hegemônica a invisibilizar e oprimir, por assim dizer, quaisquer outras possibilidades: cabia apenas a divisão binária. Utilizando a construção mítica instrumentalizada por Pierre Bourdieu em sua construção da ideia de dominação masculina (BOURDIEU, 2012a): A mulher é então o horizontal (inclusive no próprio ato sexual), enquanto o homem representa o domínio, o ativo, a verticalidade, a ordem hierárquica que não deve ser ameaçada (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013).

tipo, meu pai era um homem militar que, até se aposentar, e até hoje, tem esse ideário da polícia militar, da carreira, desse homem alfa, desse homem hétero, né? A minha mãe, por exemplo, ela não trabalhou, ela largou o trabalho para cuidar dos filhos, então minha mãe é uma dona de casa, hoje, e meu pai é um aposentado da polícia militar. E ele é provedor, né? Então eu vi a partir desses entendimentos que eu comecei a ter, eu fui percebendo, fazendo um resgate na minha história, de como eu tava... é... fazia parte de uma família onde as mulheres eram submissas, onde ela deixou de trabalhar em prol da família, onde ela passou boa parte do seu sofrimento que ela tem hoje, por exemplo, é porque ela não consegue sair dessa relação. Porque ela se pergunta: pra onde é que eu vou, né? Pra onde é que eu vou? O que é que eu vou fazer? O que é que... como é que eu vou me sustentar? Muito embora a gente se coloque... “mãe, a gente te ajuda, a gente faz isso”, mas, no fundo, no fundo, no fundo, ela quer ser amada pelo homem que ainda, que ela escolheu, então ela fica sempre nessa luta de esperar uma mudança dele [Victor]

Então as referências masculinas, tios ou primos, por parte de papai eu não tive, mas é engraçado que a figura masculina, exacerbada, caricata, machista, bruta, tipo, se associar o que é bruto ao que é masculino, é... é também comum na família da minha mãe que também tinha muitos irmãos, mas todos os meus tios eram extremamente brutalizados. E é engraçado que assim, até algumas coisas que se atribuía, na época, ao ser feminino, como cozinhar, aí de você se soubesse fazer um cuscuz, era meio feminino. Porque eu me lembro como não deixava, e atribuía... pegava pra si uma carga

de trabalho quase escrava, porque, assim, menino não toca na panela, menino não lava prato, menino não varre o chão. Porque isso, de alguma forma, acredito que na cabeça dela e de papai isso ia afeminar a criatura. E ainda que um ou outro dos meus tios, irmãos dela, ou meu pai, em algum momento soubesse por pelo menos um prato, né? Eles colocavam num invólucro, assim, de brutalidade o ato, tipo, eu não posso partir delicadamente, eu tenho que dar uma machadada num pedaço de carne, porque isso é mais masculino [Otávio]

Trata-se de uma ordem androcêntrica (Bourdieu, 2012a), que dispensa qualquer qualidade de justificação, não necessitando de discursos ou enunciados de legitimação. “A ordem social funciona como uma imensa máquina simbólica que tende a ratificar a dominação masculina sobre a qual se alicerça [...]” (BOURDIEU, 2012a, p. 18).

As relações de dominação dentro do campo do gênero/sexo, então, são circulares, estando inscritas dentro de estruturas objetivas e subjetivas (esquemas cognitivos). Ser nordestino é fazer parte deste sistema antes mesmo do nascimento biológico. O nascimento social para o homem, e aqui nomeio o momento em que a sociedade tem consciência de uma gestação, já é pautado ética (BOURDIEU, 2012a) e linguisticamente (BUTLER, 2015) pela noção de virilidade e potência sexual. Não fazer parte do círculo masculino é automaticamente pertencer ao feminino e, assim, ao esquema de “pederastia” ou homossexualidade.

Na literatura regionalista, dos anos 1930, Albuquerque Júnior (2013) afirma que há um espaço para a discussão do homoerotismo, consequência de um processo de desvirilização decorrente do refinamento de costumes advindo dos filhos dos fazendeiros que, tendo acessado a educação superior e feito viagens pelo mundo, teriam “amolecido”.

Mesmo no meio rural, entre as famílias abastadas, da Mata ou do Sertão, dava para perceber este declínio da virilidade, da macheza, este afastamento das novas gerações do modelo de masculinidade que os patriarcas do passado representaram. Como nos conta Júlio Bello e Gilberto Freyre, os tipos eugênicos da sociedade do engenho, “belos tipos de homens barbados, fortes, inteligentes e simpáticos mesmo, se diluíram, se apagaram aos poucos na vida, apática e preguiçosamente”. Tornaram-se “homens de palmas de mãos moles e mulherengas, feitos para viver na sombra da casa-grande como

‘filhos de papai’, mesmo depois de velhos, incapazes de afrontar corajosamente a vida e as vicissitudes dela, conformando-se facilmente com os insucessos, vencidos e resignados”. E, humilhação suprema, agora só sabiam “plantar couve e criar galinhas”, demonstrando uma rígida inadequação subjetiva aos novos tempos (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2013, p. 50).

A homossexualidade não era um tema dialogado dentro das casas, nas famílias. Ou seja, foi comum ouvir dos informantes que “*a coisa era escondida, era na base do codinome*” [Otávio]. Deste modo, para estas crianças, à época, só existiam dois caminhos a seguir: o masculino ou o feminino, herança de tempos remotos. Cresciam, assim, os conflitos, já que ser gay era ser “bicha”, destituído de virilidade. Segundo Otávio, para além do próprio estereótipo do desregramento sexual, existe algo como uma aura católica, de culpa católica, mais precisamente.

A homossexualidade, até mesmo a feminina, é vista enquanto estado sórdido e desordenado da natureza, sendo antinatural. O corpo homossexual, então, é visto como abjeto, ou seja, excremento, algo que não presta – muitas vezes sendo categorizado no mesmo patamar que crimes como o roubo, por exemplo (BUTLER, 2015, p. 230).

Sabendo disto, não é de “causar espanto” ouvir os diversos tipos de violência vividos pelos Ursos entrevistados, em especial no seio familiar. Joaquim confessou o momento em que se abriu com sua mãe sobre seus afetos: já era um homem adulto, havia se apaixonado por um rapaz de outro estado e iria hospedá-lo em casa – era comum que levasse amigos para passar a noite, nunca um namorado. Conheceu o “Márcio” num encontro de estudantes e, quando retornou, sua mãe percebeu que estava um tanto quanto pensativo e o chamou para uma conversa, momento em que Joaquim abriu seu coração e seus afetos.

quando ele chegou em casa a minha mãe, para o espanto de todos, estava completamente receptiva, maravilhóósa, brincando, tinha feito almoço e tal, e aí, quando nós fomos pro quarto, eu e Márcio, ele disse “olha, sua mãe não está bem, ela ainda não caiu a ficha”, e aí, no final de semana ela saiu com uma amiga, e voltou completamente bêbada, na verdade, trêbada... e aí foi quando o Márcio disse “olha, eu vou sair com Patrícia, e você vai conversar com sua mãe, que AGORA [ênfase], sim, você vai conversar com sua mãe sobre sua homossexualidade”, e aí minha mãe me agrediu

muito verbalmente, falou muitas coisas duras, me bateu no peito e tal.. e eu dando banho nela, mas ela me agredindo e tal, e eu deixei pra lá, porque eu percebi que ela precisava fazer aquilo. [Joaquim]

Com seu pai (já falecido), por sua vez, nunca teve a chance de conversar.

E... eu nunca conversei sobre minha homossexualidade com meu pai, por exemplo. Nunca! Nunca houve essa... na verdade eu acredito que ele não... que ele bloqueou a oportunidade. Porque uma vez, meu pai era muito boêmio, então ele andava no circuito da noite, ele conhecia todo mundo, inclusive os gays. E com certeza algum gay falou pra ele, eu tenho essa percepção muito forte, algum gay falou pra ele "ah,eu vi teu filho na balada e tal".. mas ele nunca chegou pra me perguntar nada, até porque eu já trabalhava, já tinha minha independência financeira, morava com minha mãe, eles eram divorciados mas eu morava com minha mãe, mas eu já tinha o meu trabalho, tudo, tinha o meu dinheiro e ele nunca chegou pra me perguntar. Uma vez, bêbado, eu e ele bêbados, foi que ele falou pra mim apenas isso: "meu filho, você pode ser tudo, menos ladrão e veado". Ou seja, ele misturou tudo numa categoria só: ladrão e veado. Então deu pra ver ali claramente o.. não só o preconceito, que ele tinha, mas a interdição, a proibição que eu vivesse a minha homossexualidade. [Joaquim]

As violências constituem aquilo que Bourdieu (2012a) considera advindo de um processo de dominação existente em um campo de poder. O processo de reprodução dessas violências recebe a contribuição de agentes específicos, entre os quais o próprio homem (detentor de armas como violência física e simbólica) e as instituições da ordem da Família, Igreja, Escola, Estado. Para o autor,

A violência simbólica se institui por intermédio da adesão que o dominado não pode deixar de conceder ao dominante (e, portanto, à dominação) quando ele não dispõe, para pensá-la e para se pensar, ou melhor, para pensar sua relação com ele, mais que de instrumentos de conhecimento que ambos têm em comum e que, não sendo mais que a forma incorporada da relação de dominação, fazem esta relação ser vista como natural; ou, em outros termos, quando os esquemas que ele põe em ação para se ver e se avaliar, ou para ver e avaliar os dominantes (elevado/baixo, masculino/feminino, branco/negro etc.), resultam da incorporação de classificações, assim naturalizadas, de que seu ser social é produto (BOURDIEU, 2012a, p. 47)

Os casos de violência advindos da ordem da instituição familiar eram não só “sutis”, na ordem do simbólico, das piadas referentes à inadequação ou do “silêncio sobre aquilo que não deve ser mencionado”, como também da ordem do contato físico. Muitas das quais acabam sendo “justificadas” pelos entrevistados por se tratar de um contexto de cidades do interior do Estado de Pernambuco, em que a estrutura machista e patriarcal se encontra bastante distante de desaparecer.

E aí, tipo, é... além da agressão interna, dentro de casa, né?.. todas as agressões simbólicas e não simbólicas possíveis, porque quando você tinha determinados traços que denotavam que você não é exatamente no que se espera, ou que tem uma tendência para, aquilo é agredido. Aquilo recebe uma retaliação muito grande, socialmente e fora de casa. Quando eu olhava para isso, não tinha noção na época que isso se passava. Porque é no detalhe, a coisa... [Otávio]

A Igreja Católica, enquanto instituição de ordem religiosa, também foi citada nos relatos de Otávio. Sendo vista como uma alternativa “segura” ao medo da homossexualidade, ou daquilo que era desconhecido, porém temido.

Otávio era uma criatura extremamente enrustido, recalcado, com todos os pesos de culpa, era uma culpa ambulante, era uma culpa que andava. Uma culpa católica que andava, que tinha medo, que achava que toda sombra, Deus estava em todo lugar assim... [Otávio].

A “*catholic guilt*” (culpa católica), como nomeou o entrevistado, corroborou para que recorresse ao seminário para se proteger, momento em que se deparou com um sistema hipócrita que ainda hoje parece deixa-lo tomado por raiva. Sua narrativa gira em torno do contexto de medo imposto pela instituição religiosa, bem como pelos abusos e assédios sexuais e emocionais sofridos de líderes espirituais - o “não dito” era praticado em silêncio.

E aí, foi quando começou o negócio a dar problema, a dar parafuso no juízo, porque o que era que me excitava? A mulher pelada os meninos morriam, nem tchum pra mim, eu me excitava muito mais pela conversa do coleguinha que estava do lado, por saber que ele estava junto de mim e ele estava excitado, do que pela imagem da mulher pelada na revista. Me interessava muito mais ver ele ereto do que a mulher na revista, e aí, eu comecei a dizer “bem, tem alguma

coisa de errado nisso?”, mas o conflito interno era tão grande que nem eu sequer permitia ter a consciência daquilo que eu estava sentindo. E eu lutei contra isso muito tempo, muito tempo. E aí o que acontece? Sublimei a questão sexual da minha vida, em determinado momento, foi quando entrei para o seminário. Não entrei com a consciência de tô indo aqui para me esconder, porque eu não tinha sequer a consciência de que eu era gay de fato [Otávio].

O momento da latência sexual foi abordado por Joaquim (quando já estava na universidade) e Otávio (quando seminarista). Em ambos os casos, a prática do “congelamento” da vida sexual (no caso de Otávio ela não havia nem começado) esteve imersa num contexto de medo e autoproteção. Otávio afirma que durante o seminário, para além das penitências que fazia (ficar com as costas “em carne viva” ou usar cintos na região da virilha que machucavam a genitália ao menor sinal de excitação sexual), sentia-se mais seguro na solidão de seu quarto, sem que houvesse muita interação social com pessoas, apenas com livros.

Entendemos, então, a adesão à subcultura ursina por parte de alguns dos pesquisados, a partir de seus relatos sobre a descoberta da homossexualidade na infância, como uma estratégia de “fuga” ou autoproteção ao sistema de violência apontado. É irônico afirmar, entretanto, que nesta forma de ser desses informantes, a identidade desenvolvida é o traço maior de sua ambivalência, uma vez que, como homens gays, em certo sentido, e mais visivelmente em uns que em outros, passaram a se comportar como heterossexuais - às vezes como agressor. Segundo Bourdieu (2012a, p. 46), “os dominados aplicam categorias do ponto de vista dos dominantes às relações de dominação, fazendo-as assim ser vistas como naturais”.

Assim, três compreensões parecem ter contribuído para que “o garoto do seminário” pudesse se transformar na pessoa que é hoje: um homem bastante atraente não apenas para homens como também para mulheres; extremamente vaidoso e seguro de si; orgulhoso por ser Urso. A primeira delas foi perceber que não sentia vontade alguma de agir como mulher, afeminado, já que este comportamento seria mal visto e o faria sofrer as sanções sociais, caso optasse por esta performatividade; a segunda foi começar a performar a imagem que o atraía sexualmente (“macho” heterossexual); a terceira foi passar a “ter a imagem do agressor” para desencorajar a quem quisesse (ou ele suspeitasse querer) agredi-lo.

Para poder criar uma armadura para mim. Aquela história, não pode com eles, junte-se a eles. Então assim, se você se acha o mais fodão, espera aí, vou me tornar o mais fodão e bater de frente com você. Não vou, é... tipo, você tá com uma 12, para me combater, não vou chegar com um canivete, porque eu vou ser facilmente alvejado. Então assim, vamos treinar a 12 para chegar a 12 com 12, para se bater de frente [Otávio].

No sistema de batalhas constantes do campo, a solução encontrada foi a de “unir-se” ao agressor. Existe um “consentimento” por parte do agredido, uma coerção livre, deliberada e calculada, que o faz agir tal qual aquele que ocupa um espaço de privilégio na estrutura social em que vive. O efeito da dominação simbólica se exerce

através de esquemas de percepção, de avaliação e de ação que são constitutivos do *habitus* e que fundamentam, aquém das decisões da consciência e dos controles de vontade, uma relação de conhecimento profundamente obscura a ela mesma (BOURDIEU, 2012, p. 49).

Otávio prossegue:

Ao mesmo tempo eu sabia que eu não me encaixava totalmente no universo masculino, eu não sei se pela coisa, é... muito bruta do universo masculino, foi algo que eu fui adquirir enquanto linguagem, eu vi que aquilo era como uma linguagem que me trazia a uma condição de favorecimento ou privilégio, eu aprendi a ser machista. Eu, hoje, identifico na minha conduta traços machistas, mas que eu tive que me apropriar deles para, aquela coisa da violência simbólica que diz Bourdieu. [Otávio]

Enquanto gay. Eu não tinha consciência, no momento, que eu tava fazendo isso. Foi um caminho inconsciente. Mas eu comecei a associar e a tentar mimetizar todo o comportamento do agressor. Que é a coisa bem de violência simbólica, do Bourdieu. Eu tenho consciência plena disso. Só que aquela coisa assim: a máscara mudou a pele. E, sexualmente falando, eu tenho tesão, meu tesão é pelo cara que é extremamente masculino. [Otávio]

A partir das informações levantadas e percepções geradas com os relatos sobre a iniciação e vivência da homossexualidade, percebemos que mesmo mudando sua

postura e performando, de algum modo, o estereótipo da masculinidade nordestina, os nossos pesquisados não se veem livres de sofrer violências ou perseguições de cunho homofóbico. Muitos, inclusive, compreendem o local de “privilégio” que ocupam dentro de uma estrutura social perversa, refletindo o quanto transexuais e homossexuais afeminados encontram-se em estado de vulnerabilidade muito maior que a sua.

Agora eu sou igual. Que é uma pena, né? Eu considero uma pena, né? Isso. Então... eu acho que por uma questão de classe, também, eu deixei de sofrer penalidades. Muito embora, por exemplo, eu lembro que eu tava com um amigo, acho que pela conversa e pelos trejeitos, esse amigo da adolescência, a gente tava voltando do carnaval, tava duas cadeiras antes da descida do ônibus e aí uns caras perceberam e deram uma chapulexada na cabeça da gente – como dizem – “vai frango!”, isso e aquilo outro, aí eu até olhei pra ele e disse “amigo, eu apanhei! ... Na rua!”, tá ligado? Nada comparado com o que a gente tem visto agora com as trans e nada, nada, nada... então, entenda que performatizar o que eu performatizo, ser o que eu sou, me resguarda... de muita coisa. E a minha mãe sempre fica com muito medo. “Ai meu filho, eu tenho tanto medo das pessoas”, eu digo, “Mãe, tem pessoas que estão em situações de muito... de risco... muito mais que...”. “... muito mais vulneráveis do que eu”. Então, assim, tanto que eu me considero, eu sinto que eu posso ajudar, né? Porque ajudar também é uma hierarquia, então, eu sinto que eu posso ajuda-los de algum modo, né? [Victor]

Inclusive, no ano retrasado, tinha um louco na... no centro do Recife que começou a me perseguir. Eu tava... tinha [inaudível] incomodado... e aí a parada de ônibus mudou, né? Foi ali pra rua do Riachuelo. Aí eu voltei pra a rua da Aurora, porque eu esqueci minha chave na casa de “Cléber”, lá na Guararapes. E aí esse louco começou a me seguir “Ei, veado! Bicha! Frango!”, eu disse “Meu Deus, o que é que eu fiz pra esse homem falar assim comigo? Pelo amor de Deus!”. E aí, uma mulher passou, eu até pensei “ele vai seguir ela e eu vou atrás dele, não vou deixar não”, oxe!, ele veio atrás de mim insistentemente, me chamando de veado “Veado! Gordo! Você acha lindo? Você se acha lindo, né?”, vê que louco! Parecia que era uma entidade. “Você se acha lindo, né? Você acha que o povo acha você lindo, né? GOR-DO! Sua bicha gorda, baleia!”, tudo o que você possa imaginar. Isso, o Galo estava sendo montado, era por volta das 9h30, 10h da noite, né? Tá relativamente vazio o centro, mas tinha um aglomerado, as pessoas... acho que até a TV acho que tava se organizando, acho que pra filmar... É movimentado. E aí eu disse: “Meu Deus, o que é que eu faço? Eu sigo em frente ali no sentido São Luís, mas eu tava do lado do rio ou eu entro na ponte?”, aí eu disse “ah, eu vou entrar na ponte porque tem mais gente!”, mas ele continuou. Pra quem via, ele tava me acessando de uma forma tão direta, que pra quem via parecia que

era uma briga e que a gente se conhecia. E aí, eu carregava por medo de questões como essa, eu tinha um teaser na minha bolsa [risos] E aí, o que é que acontece? Eu botei minha bolsa pra frente, ele foi chegando cada vez mais próximo, cada vez mais próximo, eu peguei o teaser e taquei no pescoço dele. Quando ele... porque não mata, né? Mas assusta. Quando ele tava já caindo, aí eu dei uma rasteira, parecia filme. [risos] Dei uma rasteira na batata da perna dele e ele caiu. BAH! E eu ainda dei uns cinco chutes. E aí um homem tava assim “Rapaz! Dando...” – porque ele era mais velho, né? – “dando num senhor de idade”. Eu digo “É. Leve pra casa. Você sabe o que é que ele tá falando desde ali, dali, dali de trás? Que ele tava falando comigo? Leve pra sua casa! Vá tomar no &%“&”, aí fui... pois esse homem levantou... Ele conseguiu levantar. Tirou uma faca, daqui de dentro e veio atrás de mim. Aí tinha uns guardas municipais que estavam organizando o trânsito, aí eu disse “olha, pelo amor de Deus, esse homem tá me perseguindo, é... eu não sei mais o que fazer. Ele tá com uma faca! Eu preciso de ajuda. Aí, tu sabe como é homem, né?” Imagina, por exemplo, se eu fosse uma trans? De gay afeminado... era pra apanhar mesmo... era porque fez alguma coisa ou... sabe? Porque tem essa noção que é muito vinculado de promiscuidade. [Victor]

Torna-se Urso é um trabalho de construção de identidade diária, focada não só no modo como os membros da comunidade se veem, como também a partir do modo como a sociedade os enxerga - ou a partir de diversas vinculações sociais como sexo, idade, etnia, grupo cultural, classe social etc. (CUCHE, 1999).

Outra fase que consideramos importante para a construção da performatividade ursina, diversas vezes nomeada pelos entrevistados, é a do amadurecimento. Trata-se de um fator que muitos apontam como o de chegar a uma determinada idade (os “enta”, por exemplo), mas que também está relacionado ao de compreender sua posição de gênero e seus desejos e afetos, pondo de lado as interferências de cunho homofóbico por parte de pessoas que lhes são próximas.

Depois que você entra no “enta”, que você sai dos 35 anos, as coisas vão ficando mais objetivas, você percebe que não tem mais que ficar se questionando tanta coisa, que ficar perdendo tempo com tanta preocupação social, que você tem que ser feliz e cada um tem a responsabilidade pela sua felicidade. [pausa longa] [Joaquim]

Neste momento parece ficar claro que esta maturidade pode ou não estar relacionada a uma identidade ursina, mas que de maneira muito notória, tem a ver com uma construção/reforço de um *habitus* de gênero (BOURDIEU, 2012a).

Explico: como falado por Otávio e Joaquim, a imagem do homossexual, sobretudo nos anos 1980 estava centrada na imagem da travesti ou da “bicha afeminada”. Existia uma relação muito forte, quase que tomada como natural, de que interessar-se por pessoas do mesmo sexo era interiorizar o comportamento, forma de vida, do sexo oposto. Assim, às lésbicas, a imagem masculinizada; aos gays, uma paródia do feminino (Butler, 2015).

À medida que existiu a compreensão da razão pela qual eram agredidos, e que, simultaneamente, perceberam que não existia uma identificação com a imagem popularizada do homossexual, houve a incorporação do *habitus* “masculino”, ou seja, no contexto de nossos entrevistados, do homem honrado, viril, distante da feminização (e às vezes até machista, como dito repetidas vezes por Otávio). O feminino é aceito “apenas” num reforço da relação com mães e irmãs. Muitas representaram a imagem do refúgio ainda na época de violência explícita em casa.

Com a minha mãe foi mais tranquilo, mas não foi fácil, também, no começo. Minha irmã foi maravilhosa! Ela tava lixando a unha assim e aí fez assim: “Oh, Victor, tu é gay?”. Aí eu disse: “Sou”; ela: “Mentira?!”. E a partir daí a gente começou... [...] É. Então ela foi a segunda pessoa a saber da minha relação, da minha experiência sexual, do que eu gostava e tudo mais [Victor].

Segundo Bourdieu (2012a, p. 43),

Os homossexuais, tendo necessariamente sido educados como heterossexuais, interiorizam o ponto de vista dominante e podem assumir este ponto de vista a respeito de si mesmos (o que os inclina a uma espécie de discordância cognitiva e avaliativa capaz de contribuir para a sua especial clarividência), bem como compreender o ponto de vista dos dominantes melhor do que eles podem compreender o seu.

Ainda como aponta o autor, a visão androcêntrica é continuamente legitimada e a *hexis* corporal, incorporada. Trata-se de um processo histórico, em que há o reforço contínuo por parte dos agentes envolvidos, e que toma a forma de emoções corporais como vergonha, humilhação, timidez, ansiedade, culpa, ou ainda emoções como amor, admiração e respeito. Muitas vezes há a “traição do corpo” como o enrubescer, o tremor, a cólera, a raiva etc.

Ser homem implica num “dever-ser, uma *virtus*” (BOURDIEU, 2012a, p. 63) que se impõe na forma de algo evidente, semelhante à nobreza e à honra. Trata-se de algo que se apresenta como um conjunto de disposições aparentemente naturais visíveis, como por exemplo, “na maneira peculiar de se manter de pé, de aprumar o corpo, de erguer a cabeça, de uma atitude, uma postura às quais corresponde uma maneira de pensar e agir, um *éthos*, uma crença etc.”.

Junto à robustez física estão também o senso de honra e das aptidões consideradas nobres, como a generosidade e a coragem. Há uma valorização dos atributos masculinos, que contribuem massivamente para que nutram o orgulho de serem quem são.

*Então, eu.. eu... as pessoas as vezes... o que eu fico as vezes preocupado com o movimento é que eu não sou discreto, em parte, por minha segurança, mas eu sou uma pessoa discreta. Eu sou uma pessoa muito delicada, geralmente, eu tento ser cortês, pode ser que não, sabe? Mas eu tento. **No dia-a-dia ser cortês, delicado.** Eu gosto de dar preferência à mulher e, muitas vezes, com muito cuidado, porque eu percebi aqui no programa que tem que ser com muito cuidado para não parecer que “ah, você está tornando a mulher frágil”. Não é isso, mas porque é tão danoso... A vida já dificulta tanto a vida, as vezes quando eu vou abordar uma mulher, por exemplo, ontem eu vi até um texto “Não dê seu boa noite”, a menina disse, “Não dê seu boa noite”. Porque pelo tom de voz eu já sei qual é sua intenção. Então, quando eu vou abordar uma mulher na rua, eu, geralmente, tento ser muito **cordial** e que ela perceba que não é uma abordagem... [Victor]*

Percebemos que dentro da comunidade ursina existe algo como uma “solidariedade viril” (BOURDIEU, 2012, p. 65), já que há uma validação da virilidade e da honra pelos membros do grupo. Há o orgulho e o reconhecimento mútuo de ser (ou de se comportar como) um “verdadeiro homem”, concomitante ao medo de perder a estima e a consideração do grupo. Desenvolve-se, assim, o orgulho de ser gay, associado

ao de ostentar atributos viris, que claramente é uma consequência da dor e violências homofóbicas sofridas em sua trajetória de vida, especialmente, na fase da infância.

*Aí eu comecei a pensar, bem eu não curto muito, na época, a figura do meu pai, mas se eu chegar pra minha mãe e disser “separa-se dele que ele é agressivo comigo e eu não curto” será que ela vai fazer isso? Ela não vai. Porque eu vou abrir mão de ser feliz e me anular de todas as maneiras e me agredir, por conta da opinião de a, de b, de c? Tem alguma coisa errada aí, eu também tenho o direito de ir de encontro a alguma coisa, ou melhor de não ter esse compromisso de realizar a vontade dos outros. [...] Aí eu comecei a pensar dessa forma, é engraçado que eu escutei pela primeira vez Vaca Profana de Caetano Veloso... que no início dizia “**respeito muito as minhas lágrimas, mas ainda mais minha risada**”. Que eu me tornei uma criatura extremamente “forte”, no sentido de bruto ou incisivo pra ser respeitado ou pra diminuir as agressões que eu sofria, todas elas, mas era alguém extremamente fragilizado, mas ninguém tinha noção disso, então não se derramava uma lágrima sobre a pior das torturas. Mas quem me via trancado entre quatro paredes, eu me escondia no pior burquinho que tivesse, me isolava e ali eu chorava até dormir de tanto chorar. E aí quando eu escutei essa frase “respeito muito as minhas lágrimas, mas ainda mais minha risada”, eu disse perai, vá se foder que agora eu vou rir nessa porra. Quem é você que vai me fazer chorar assim? Aí eu disse, perai que esse negócio vai mudar de figura [Otávio]*

Existe uma complexidade intrigante na identidade ursina: ambivalências, ironias, oposições. O processo que leva à reivindicação de “ser Urso” é uma construção que se faz desde a infância e que, para além dos atributos físicos como gordura e pelos, tem a ver com atitude e história pessoal.

5.4.2 espaços de celebração e ritos de adesão ursinos

5.4.2.1 classificações ursinas, artefatos de moda e héxis corporal no ritual de aceitação

Apesar do imenso orgulho dos entrevistados em se lerem como Ursos, chamou-nos a atenção o fato de que pouco sabiam sobre a história da subcultura em si. Para eles, muito mais que apresentar uma atitude específica, a subcultura ursina se caracteriza por elementos estéticos. Muitas vezes, pareceu-me que seus processos de identificação com a comunidade que se reivindica como ursina é fortemente pautado numa construção da imagem: do uso de artefatos (vestuário e acessórios)

com cores, texturas e características específicas, sobretudo em espaços de sociabilidade privilegiados dos que se reivindicam ursos.

Embora o conhecimento acerca da história do grupo não caracterize nossos entrevistados, foi unanimidade o fato de citarem a cultura ursina como um espaço de aceitação da alteridade. Neste ponto, cabe ressaltar que por alteridade lê-se a estética não dominante/hegemônica dentro da comunidade LGBTQ masculina: o homem gordo, com idade mais avançada e, muitas vezes, com estética de classe social menos favorecida (o “cafuçu”) – mas nunca a alteridade dos homossexuais afeminados, vale lembrar. Neste ponto da nossa análise, todo o contexto está centrado no universo LGBTQ.

O Urso convive em dois espaços de poder, os heteronormativos, que foram tratados no bloco anterior (em especial na sua infância) e os LGBTQ. O primeiro os influenciou mais fortemente para que adotassem a estética hipermasculina e bruta; o segundo para que houvesse a resignificação do ser maduro e gordo – características com baixa valorização dentro dos espaços homoafetivos.

Pode-se afirmar, no entanto, que existe certo apego por parte de nossos informantes às classificações ursinas. Mais que conhecer a história da subcultura no Recife ou no mundo, a eles interessa compreender em que tipo de classificação ursina se enquadram (bear, lontra etc.). O apego dos ursos à sua classificação também se dá por uma questão de pertencimento, onde essas pessoas sentem que tem um papel a desempenhar e que são importantes para a "fauna" colocada, também em virtude da forte valorização dos membros desta subcultura à imagem (e conseqüente vaidade).

Lembro que uma vez eu entrei numa página virtual daqui do Recife, e tinham lá categorias e eu comecei a rir porque eu me percebi como lontra, que não é o urso grandão, que também não é um urso muito pequeno, que é essa coisa média mesmo, uma lontra, que é magro indo pro grande, mas uma coisa meio média. E aí depois eu lembro que fui pesquisar no google imagens do animal lontra, que eu não tinha uma ideia clara como era, e ri muito, assim, porque, é... me leio negro, e aí tem o urso da montanha, o urso polar, o urso.. um monte de urso. [Joaquim]

eu soooooou... bom, no início eu era um chubby [risada junto à entrevistadora]... chubby é um urso gordinho, sem muitos pelos, barbudo. Hoje eu sou um daddy... sou! Porque eu tenho 50 anos [Pedro]

Não, eu já vi... eu já dei uma lida na internet sobre, por exemplo, os códigos corporais, que tem 'lontra', tem o 'bear', o 'grizzly bear', né? Que é aquele... o grisalho. É... enfim, eu já dei uma sacada nisso, assim, e fui entendendo que tem esses códigoszinhas, mas me pareceu tão complexo que eu digo: "Meu Deus! Eu vou sair assim, né? Na Rua". É... então eu acho que também faz muito do entendimento que você tem sobre o seu próprio corpo, assim. Eu não sei também nem como o que eu me enquadraria, por exemplo, assim, dentro, sabe? Nem sei exatamente qual seria a minha... a minha categoria. [risos] [Victor]

Outros informantes assinalaram que as categorias podem variar com o passar do tempo. Assim como Henrique já havia antecipado, a fala do Pedro deixa claro que idade, alterações de tipo físico etc. são fatores que influenciam na classificação de um membro, bem como na mudança de categoria dele com o passar dos anos.

5.4.2.2 espaços de celebração

No tocante à história dos Ursos no Recife (a história da subcultura no mundo foi abordada no momento da revisão de literatura), a figura do Wagner (já falecido) ocupou um lugar central – em especial por seus esforços em criar um espaço destinado a este público na cidade.

De acordo com Otávio, a primeira referência oficial sobre espaço ursino no Recife foi a Confraria dos Ursos, que inicialmente estava localizada na Rua do Sol, na cidade de Olinda (Região Metropolitana do Recife), no período de carnaval. Antes disso, de acordo com Pedro, já existiam alguns encontros virtuais dentro de comunidades do IRC⁸², bem como sites com informações sobre Ursos (Bear e o BearWWW).

Só no final de 2000, que era 2004... 2004... não, ainda não... 2004... não, foi 2006, se não me engano... 2006, exatamente, finado Wagner, né, que ele já faleceu... ...da Confraria dos Ursos, né... surgiu... [risos]... ele surgiu do nada, assim... surgiu Wagner... aí me disseram "Pedro, tem um bar de ursos em Olinda"... não! Minto!... "Tem uma... vai ter uma pool party de ursos na Sauna 111"... e como eu andava sempre com um amigo meu, Sérgio Campeão... ele... ele também era do movimento na época... aí ele me levou, aí pronto... aí começamos a ir nessa pool party de urso, mas era um povo mais assim, né?... aí eu comecei a frequentar, aí Wagner abriu a primeira

⁸² Chat que se popularizou nos anos 1990.

Confraria dos Ursos em Olinda... em 2007... na Rua do Sol, em 2007, 2008... aí... mais ou menos isso, 2009, não lembro... é, mais ou menos isso... aí depois, porque era longe, ele abriu no Centro, ali na... eu esqueci o nome da rua... perto da MKB! Não, mas é porque ali teve duas: a primeira, que era na rua transversal, que eu esqueci o nome da rua... foi lá, que era.. pra mim foi a melhor confraria, que era maravilhosa... aí depois ele se desentendeu com os sócios, aí abriu uma segunda, que foi a última, que era do lado da MKB, na Oliveira Lima... na Riachuelo, aliás. Aí ali durou muito tempo...durou até 2014, se não me engano... foi, 2014! [Pedro]

A Confraria dos Ursos teve um fim repentino com o falecimento de seu idealizador. O espaço representava um local de lazer e acolhimento, o que foi reforçado com bastante saudosismo e carinho por Pedro. De acordo com ele, assemelhava-se a um pub underground inglês, por ser pequeno, que *“nem precisava ser bonito”*, porque a energia das pessoas que o frequentavam fazia com que todos que lá estivessem se sentissem bem acolhidos. *“As pessoas tiravam a camisa sem preconceito, ninguém ficava observando se você era gordo, se você era magro, se você era pintoso, se você era afeminado, se você tava de cueca ou tava sem cueca... você tava na confraria, você tava se divertindo, você tava sendo você mesmo”* [Pedro].

A fala de Pedro muitas vezes se contrapõe ao que foi dito por outros Ursos (Henrique e Victor). Aparentemente a Confraria era um espaço que recebia muito bem, desde que as características físicas dos frequentadores estivessem dentro da estética ursina.

Só que eu passei uma vez, essa é muito interessante, eu passei em frente à Casa dos Ursos que ficava ali próximo a MKB. A Confraria dos Ursos e foi um dia que tava tendo o jogo do Brasil, era Copa, o Mustang tava lotado, não tinha mais como entrar e a gente foi em busca de um local que pudesse assistir o jogo, tomar uma cerveja e tal. Aí tava eu e mais uns amigos que não se enquadram nesse padrão, não são ursos, e um deles foi... foi “Cléber”, né? Aí “Cléber” foi lá na Confraria [inaudível] a gente não sabia que ali era a Confraria, aí o cara tratou ele com muito desdém, assim, “É, mas a gente tá lotado, então...” num sei e tal, aí “Cléber” seguiu em frente e viu um pubzinho, aí fez [inaudível], aí eu passei pela frente da Confraria, aí o cara olhou pra mim, o recepcionista me olhou... Aí eu, me senti tão acolhido, aí fui lá e disse “Olha, o que é que funciona aqui?”, ele disse “Aqui é a Confraria dos Ursos, eu acho que você poderia entrar...” : É! “Você vai gostar muito, nós temos ainda espaço, nós temos ainda mesa, fica à vontade”. Aí eu disse: “Ah, tá bom, meu amigo está mais ali na frente e eu vou lá, porque talvez a gente volte”, e ele disse “Volte mesmo, você vai ser super bem-vindo,

eu tenho certeza que você vai gostar”. Ou seja, ele fez essa seleção, ele fez uma acepção de pessoa, né? Porque ele considerou que eu poderia entrar e meu amigo, não. E aí a gente terminou indo nesse pubzinho, porque “Cléber” ficou super chateado, disse: “Oxe! Eu fui lá e o cara foi super ignorante comigo e contigo...” e eu: “É, menino! Deixa pra lá”, e aí findou que eu não fui [Victor]

O que diferencia Victor de seu amigo Cléber é o fato de que ambos possuem constituições físicas e identidades LGBTQ diferentes, de modo que o primeiro, mesmo que não intencionalmente, se enquadrou no estereótipo do Urso frequentador da Confraria dos Ursos, enquanto o segundo foi lido, cremos, como mais um gay afeminado entre tantos da cidade. A Cléber faltava a gordura, os pelos, a construção imagética, ou seja, o processo ritualístico preconizado por McCracken (2003), no qual a lógica social se expressa no corpo através dos artefatos e objetos de consumo – neste caso, em especial, associado à forma física e uma performatividade hipermasculina.

Após o encerramento da Confraria dos Ursos, a cidade tornou-se carente de espaços físicos específicos para este público. Anos depois surge, então, a Bear Celebration. Localizada no Miami Pub, anexo da Boate Metrópole. Com frequência mensal, a festa faz parte de uma série de espaços e atividades destinadas ao público LGBTQ do Recife pertencentes ao Grupo Metrópole - todos localizados nas imediações da Rua das Ninfas e da Avenida Manoel Borba (bairro da Boa Vista, Recife-PE). Partindo de um convite da matriarca do Grupo (e de seu filho) a Pedro, a Bear Celebration surgiu como um espaço destinado a receber Ursos da cidade e de outros estados.

Aí foi quando Maria e Davi me fizeram a proposta “po, você não conhece tanta gente do mundo ursino, vamo fazer uma festa de urso”... aí eu disse “bora!...bora fazer”, “a gente tá abrindo aqui um espaço do lado”... foi em 2015... “a gente tá acabando de construir a casa e a gente faz a inauguração com a festa... pense no nome”...aí pensei na Bear, mas Bear o que? Aí eu pensei em celebração, aí eu lembrava daquela música da Madona, Celebration... ah, Bear Celebration, pra gente celebrar o mundo ursino. Aí ficou Bear Celebration. Aí foi quando 2 meses depois me disseram “oh, tem uma festa em Goiana de nome Bears, no plural, Celebration”, aí eu não ia mais mudar o nome da minha. O deles não é registrado. O nome Bear é Bear, Celebration é um nome universal, então não tem... aí ficou até hoje, eu não vou mudar nunca e ficou... aí a galera transformou pra BC. Quando foi em julho de 2015 fiz a primeira

edição, foi um sucesso. Páááá. Né... trouxe um dj da Usound, o Bispo, maravilhoso; aí a segunda eu trouxe Gustavo, segunda edição, da Bigger; ai depois trouxe o Douglas da Bear Hugs... [Pedro]

A Bear Celebration tornou-se um marco local para os encontros dos interessados na comunidade ursina, não apenas por voltar a acolher este público (sendo ele residente da cidade ou turistas), mas também por passar a ser visto como um espaço em que todos podem ser acolhidos, em especial, aqueles que não se enquadram nos padrões estéticos e físicos que são valorizados e almejados dentro da comunidade LGBTQ (corpos fortes, depilados, saudáveis etc. – as “Barbies”).

Diferente do gay barbie, que é aquela coisa assim “sou forte, sou musculoso, mas estou aqui pra ser visto”, e eu leio o urso como “eu estou aqui pra TE acolher, TE abraçar” [ênfase no “te”]. E aí eu adoro assim quando eu vou paquerar e tal, eu já quero logo abraçar, assim e tudo, porque eu já quero ver se é peludo e tal. Se for, pra mim já tem bônus na pontuação. [Joaquim]

Muitos dos Ursos entrevistados falam das “Barbies” empregando certo desdém e ironia em seu tom de voz. A história dos Ursos entrevistados é similar à narrativa de Henrique, que por várias vezes se viu sozinho, sem que seu corpo pudesse representar uma possibilidade de flerte/desejo em festas LGBTQ.

Em sua história, a comunidade ursina, desde os anos 1980, carrega o ranço das penalidades sociais sofridas em espaços LGBTQ (piadas ouvidas ou apagamento) em virtude de não preencherem pré-requisitos considerados essenciais para instigar o desejo em outros homens gays que não fossem pertencentes à comunidade ursina.

Sendo, então, um grupo de resistência, os Ursos desenvolveram e nutrem características que consideram essenciais para seu estilo de vida, chegando a classificar aqueles que antes os faziam passar por sanções sociais como fúteis (em virtude dos valores conferidos a corpos perfeitos -e às competições geradas em consequência disso - e formas impecáveis de se apresentar socialmente).

Exatamente. Então por me perceber diferente, pelas pessoas terem me colocado o tempo todo como diferente e como eu não tenho esse

espírito de competição, de disputa, de “ah, eu vou ser magro, para poder ser bem quisto”, eu passei a não frequentar mais, por exemplo, baladas LGBTs. Porque eu não me encontrava naquele espaço e eu percebia também, com todo respeito às outras pessoas, uma certa futilidade, no sentido de que a busca era sempre muito plástica. Eu tinha um colega com eu trabalhei uns anos atrás e ele dizia: “Bicha! Vamos pra balada menina, vamos pra MetrÓpole, num sei o que lá!”, e eu disse: “Ah, vamos...”, sem um convencimento. Já nos últimos meses que eu ia e aí ele disse assim “Vamos, mulher, vamos que eu vou comprar” e aí comprou uma calça de 300 reais, uma camisa de 200 reais, num sei o que lá, num sei o que lá, e aí na outra semana eu perguntei: “E aí, tu não vai pra MetrÓpole não?”; e disse: “Não, menina. Eu gastei tanto que agora eu tô sem dinheiro” [inaudível]; “então continue gastando dinheiro e vá com a mesma roupa”; “Jamais, que eu não vou com a mesma roupa! Eu tenho que comprar outra!”. Então, assim, entende? [Victor]

A fala sugere que a associação feita por Victor das Barbies à futilidade é bastante similar à futilidade imputada como acusação ao universo feminino tão tratada por Bourdieu (2012a) na obra *A Dominação Masculina*. Os homossexuais classificados pela comunidade ursina como Barbies são vistos como afeminadas, ou “feminines” (Otávio), sendo considerados, tal como as mulheres, inferiores, “estreitas de espírito” e “sem dignidade”.

Nossa inferência é a de que, como forma de se defender das “ofensas” até então sofridas⁸³, os Ursos passaram a destituir as Barbies de características que consideram positivas, especialmente de poder. Em sua lógica, aqueles que possuem características masculinas, viris, ou seja, dominantes, naturalmente ocupam espaços de destaque na sociedade, sendo adjetivados com traços positivos, enquanto que ao feminino recaem as características naturalmente lidas como “fracas” ou apenas focadas na plástica, estética, sem conteúdo.

Ser “feminina” é essencialmente evitar todas as propriedades e práticas que podem funcionar como sinais de virilidade; e dizer de uma mulher de poder que ela é “muito feminina” não é mais que um modo particularmente sutil de negar-lhe qualquer direito a este atributo caracteristicamente masculino que é o poder (BOURDIEU, 2012, p. 118).

⁸³ Mas, enfim... É. mas tão os ranços aí de décadas de perseguição. [Otávio]

Pelos entrevistados, o mundo gay masculino é tido como um espaço cruel, no qual “*Você tem que ser lindíssimo, corpo maravilhoso, poder aquisitivo do caralho*” (Otávio). Surgem, então, os “bandos e guetos”, ou seja, redes de relacionamento (ou a lógica da subcultura) baseadas em afinidades estéticas e de estilos de vida. Os Ursos são fruto desta lógica, e a Bear Celebration um espaço seguro para que seus membros possam ser quem são, possuindo um alto capital social (em virtude não só do valor pago pelo ingresso, como também dos benefícios adquiridos ao estar lá: acesso exclusivo à Boate Metrópole, chances de entrar e sair da festa quando quiserem, condicionadores de ar mais frios etc.).

Então, veja, é interessante, porque eu procuro não me enquadrar num grupo.... É, mas aí o que é que acontece? Quando você sai, por exemplo, se eu for pra balada, é... sei lá... uma balada mais cool assim, tipo, Conchittas. Quando eu chego lá, automaticamente, eu vou ser abordado, eu vou ser paquerado ou cortejado, enfim, mesmo que seja só um olhar, por homens que tem um padrão corporal igual ao meu. Então os gordinhos eles se sentem mais à vontade de me paquerar. E isso é ótimo, porque eu também gosto. [Victor]

É um grupo totalmente inclusivo. Quando você entra na festa você já sente aquele impacto: eu digo, oh, cheguei em casa, eu me sinto em casa, na minha tribo realmente. Porque tem pessoas mais velhas, eu já tenho quarenta anos, então, assim, teoricamente, pra o mundo “GLBT”... as baladas gays, 40 anos você já é um coroa, né?! [Rodolfo]

À medida que fui me aprofundando em entender a subcultura ursina foi-se tornando impossível não me tornar mais e mais encantada com a forma como conseguiram ressignificar sua existência a um ponto de se considerarem o “*topo da cadeia alimentar*” (Otávio). É inegável o orgulho que nutrem em serem quem são. Cremos que suas trajetórias de conquistas contribuam para esta valorização (superação violências na infância e das séries de sanções sofridas dentro da comunidade LGBTQ).

Ser Urso para os entrevistados

é gostar de outro urso, cultivar sua barba bem feita, cheirosa, [...] e ter atitude sempre masculina. É meu estilo de vida. É o estilo que eu gosto, é cultivar, esse culto aos pelos e ser o que eu sou: urso,

gordo. Adoro ser gordo, acho que se eu emagrecer eu entro em depressão, entendeu? [...] Urso é urso em qualquer lugar do mundo” [Pedro].

Então, pra mim, os Ursos são... são homens... no meu ideário, é um homem homossexual ou bissexual que tem, que aceita o corpo como é, não precisa tá o tempo todo preocupado em emagrecer, de ficar malhado pra poder conseguir um parceiro sexual, [inaudível] afetivo sexual. É... penso em barba, pelos – que eu adoro! E... e eu penso também num código, assim, da roupa; eu penso num... pra aprender com “Cléber”, o “code dress”, né?! [risos] Dress code, né? Dress code. E aí eu penso sempre nessa... no... no... não sei se tu viu... já viu... algum... Como é que chama?! Aquele... lenhador! [...] Então, eu sempre penso no lenhador, com a camisa assim quadriculada, numa calça jeans, uma bota, uma barba... [risos] [...] Eu penso muito, quando penso nos Ursos, eu penso nesse padrão assim e que recai também na questão de feminilidade. Penso num macho assim, essa ideia de macho. De boy, no macho. [Victor]

O Urso clama para si atitudes e estética hipermasculinas, o que os faz comumente não terem sua orientação sexual “desvendada” a priori – embora este não seja o único objetivo. Junto a isso também há o aspecto do acolhimento, do “abraço de Urso”, do fraternal.

É... não... porque muitos héteros acabam usando a indumentária clássica típica do urso e nem sabem que é um urso, que aquilo é o urso que usa, não tem a menor noção do que é nada, e tudo, né?... eu lembro que eu vim, há uma semana, com uma amiga no carro, vinha ela e o marido, e eu comecei a falar que tu estavas fazendo este trabalho e tal, né? uma tese de doutorado e aí o namorado dela virou pra ela e fez “olha, é igual ao fulano, nosso amigo. Ele tem no peito uma tattoo que é uma pata de um urso, vai ver que é por isso, porque ele faz a musculação mas a gente vê que ele não quer emagrecer, que ele quer ficar grandão. Todo grande, todo igual”. Então... aí eu achei muito interessante que era a fala de um casal hétero descolado, no sentido de que era um casal que não tem homofobia e nada dessas questões, mas assim, eles percebendo e aí ela disse assim “é! E ele é gay” E disse “ah, então ele é urso” e aí eu comecei a rir e disse “é.. provavelmente ele é urso [risadas], e tem porque ele tem uma pata no peito, né?” [Joaquim]

Observei durante as entrevistas, que o processo de envelhecimento e maturidade na subcultura ursina, em oposição às Barbies, é tido como um ganho de capital simbólico considerável. Não é de surpreender que uma comunidade que ressignifica

a gordura e os pelos corporais também tivesse essa habilidade de compreender a passagem dos anos como algo que viesse a somar aos seus membros.

5.4.2.3 ritos de iniciação

Ao criarmos nosso roteiro de entrevistas, não estavam presentes questões específicas sobre a maturidade e envelhecimento. Compreendíamos, desde o princípio, que os Ursos valorizavam a maturidade, mas não poderíamos imaginar que a construção de sua imagem seguisse um processo de mentoria e ensino por relacionamento afetivo-sexual.

Nosso segundo entrevistado, Otávio, foi a pessoa que nos deu a pista para que pudéssemos ir mais a fundo nessa questão. Aliás, seria muito ingrato de nossa parte não lhe outorgar o devido crédito por suas contribuições. Concedendo-nos a entrevista mais longa e mais complexa, Otávio foi o mais honesto e explícito possível com as informações concedidas. Sem sombra de dúvidas podemos afirmar que seu coração estava presente em cada frase proferida, assim como toda a sua generosidade acadêmica.

De acordo com ele, na comunidade ursina existe um forte processo de paternalismo, que se caracteriza por relações de ordem afetivo-sexual entre um membro já iniciado e maduro com jovens não Ursos (alguns até com 17 anos). Estes, por sua vez, relacionam-se não apenas por ganhos de ordem financeira, mas principalmente no intuito de aprender os processos rituais (comportamentais e estéticos) que implicam em transformar-se num Urso.

E aí, é um número menor, porque é engraçado que lá a coisa é bem estereotipada, é uma coisa bem tribo assim. Aí você vai ver quem não é bear, mas que tá na busca do bear. Aí, normalmente, vai ser uma criatura de 25 anos pra baixo, a sua maioria. E seguindo aquela coisa assim, do menininho, bem branquinho, musculosinho, sem pelos, sem barba, sem nada. Engraçado que nos próprios bares lá da Vieira de Carvalho, você tem, por exemplo, o Caneca de Prata, que eu nunca fiquei, por quê, chego lá só tem a bicha véia mesmo, e é o menino novinho com a bicha véia, que ali você vai ter todos... cabe um estudo de caso só nesse, das relações de paternalismo, de bancar financeiramente o outro, então o carinho que já quer viver as

custas do outro, ele já vai pro Caneca de Prata, porque ele já sabe que vai aparecer um coroa, de mais de 50 a 60 anos lá, que tem um poder aquisitivo enorme e que vai ter um caso com ele, ele cede a juventude e o corpa pra o cara suar do lado, com todos os valores simbólicos agregados e o cara banca ele em tudo. Que você vê que até o traquejo, o tom social é diferente. Que tipo, o menino fica assim meio que mudo e outro vai guiando, que não sabe nem pedir uma bebida. [Otávio]

Otávio e Pedro afirmaram ter se relacionado com homens mais jovens, embora prefiram daddies - o fato é que a eles a busca por um parceiro também está centrada em homens mais velhos e maduros. Existe na subcultura uma atração pela imagem de dominação e virilidade que só os Ursos mais velhos parecem possuir, e isso se perpetua dentre aqueles que já possuem cerca de 50 anos ou mais. Quando questiono a razão para tal, a resposta que me foi dada centra-se em dois eixos: o estereótipo visual da maturidade e a imagem de dominação e virilidade que o homem mais velho transmite.

Ambos disseram que é constante o contato estabelecido por rapazes jovens em suas redes sociais e que, apesar de se tratar de garotos bonitos, raros são aqueles que despertam seu interesse. A imagem e o comportamento do macho dominador deve estar presente para atraí-los.

*Eu tive um relacionamento esporádico, assim, ficava com um menino que queria namorar, mas pra mim há uma dificuldade de me relacionar com os meninos mais jovens, não sei se pela minha história de vida, porque meus relacionamentos eram mais velhos que eu, porque **eu percebia a figura do masculino, do poder, da presença do masculino no ambiente, (inaudível), essa estabilidade, esse poder... é... como é que se diz... cristalizado num cara mais velho, de seus 30 ou mais**, naturalmente eu tinha perseguido parceiros nessa faixa etária, mas eu sinto a dificuldade de me relacionar com gente mais jovem ou porque não atende esse estereótipo visual, ou porque eu acho que, sei lá, não tem maturidade pro que eu quero hoje pra vida. Mas o que eu posso dizer hoje de uma das poucas experiências que eu me permiti, é um menino que eu não sei nem que idade ele tinha, vim descobrir depois que ele tinha 20 anos de idade e aí eu tive contato com ele até, sei lá, até os 21, porque ele não fala muito hoje comigo que ele tem a maior raiva porque eu não quis manter uma relação com ele. E o menino se vestia de uma forma, como os adolescentes dos dias de hoje, tipo, aquela camisa que reproduz o seriado de pirraia, o desenho animado, o Cavaleiros do Zodíaco, o sei lá, o Pokémon... Bem teenager. Isso aí, do nada, depois de conviver comigo, começa a descobrir os sites onde eu faço compras, as marcas que eu consumo, e me começa a aparecer com um tênis que tem aquela cara anos 70, aqueles tênis da Adidas, aqueles tênis Cavaleira,*

aquele tênis cano alto, que tem aquela referência, aquela peça de cor, aquela calça mais justa, naquele tratamento, naquela lavagem, aquela camisa de malha que tem aquele símbolo de... começa a usar boné, aí eu fiz “oxente”, ao ponto em que você começa a se ver... no menino, e aí eu comecei a dizer “oxente, tu tas, tipo, me replicando, é?”, Aí, o menino riu e disse “engraçado que os meus amigos começaram a dizer que “tu tas parecendo, fulano”... “tas começando a parecer Otávio” e eu perceber que o caminho que ele tá fazendo é o caminho que eu fiz no passado. [Otávio]

*Bom, é... isso que eu tô falando: desde os 7 anos de idade eu sempre gostei de homens mais velhos. Geralmente os ursos eles, eles são mais velhos. Eu sempre gostei de daddy, de papai urso.. e essa figura ursina sempre me chamou atenção. Eu adoro coroas. Não que eu não me relacione com homens mais jovens, mas eu adoro homens coroas, tanto que minha última relação, ou o meu crush, ele tem 52 anos, é um homem que eu sou, hoje, apaixonadíssimo por ele. Acho que vou ficar pelo resto da minha vida porque ele marcou muito a minha vida, e a gente se fala... agora mesmo ele passou uma mensagem pra mim... **Eu adoro, sempre gostei de figuras masculinas mais velhas porque eles eram mais machos que eu, talvez pela coisa da dominação, mesmo, entendeu?** [...] Eu mesmo, tenho 50 anos, chove na minha horta ursinho novo. Eu recebo milhares de mensagens... milhares... milhares de mensagens de rapazes jovens de 19, de 18. Ontem mesmo eu recebi várias mensagens. Tem um rapaz de 25 anos, ne?, novinho, bonitinho, querendo se relacionar comigo, mas não é que eu não goste, eu não me atraio sexualmente. Até posso dar uns beijinhos, entendeu? Não faz mal a ninguém, mas me relacionar mesmo pra eu dizer “um homem que eu vou me casar”, só existe um hoje, que eu gosto. Que é o meu daddy também, entendeu? [Pedro]*

Ao iniciar esta investigação estava decidida em apenas entrevistar Ursos com idade superior aos 35 anos. Durante meu percurso, dois dos meus informantes calharam de ter “vinte e poucos anos”. Victor tratou-se de um “engano”. Por ser um homem extremamente maduro e centrado (também devido à sua formação acadêmica – mestrando em ciências sociais), acreditei que ele possuía a idade que estabeleci inicialmente. Surpreendi-me durante nosso bate papo (e não consegui descartar suas informações: eram valiosas demais).

Rafael, por sua vez, foi uma escolha deliberada. Em virtude de minha dúvida sobre “o processo de aprendizagem da identidade ursina”, e também por tê-lo encontrado na Bear Celebration em uma de minhas incursões etnográficas, achei por bem entrevista-lo para falsear minha nova hipótese. Seria bom entender o que é a identidade ursina para um membro jovem, sua relação com os espaços de sociabilidade ursinos (música, público), bem como se o mesmo também havia

passado por um processo de mentoria para construção de sua identidade. Tamanha minha surpresa (e alegria) ao ser informada que sim, que nutria uma atração por homens mais velhos, e que também havia passado por um processo de ensino e aprendizagem em relação ao sexo e à construção imagem pessoal com seus parceiros.

Você pegar um ser humano de 18 anos de idade e levar assim... e você fica aquela coisa, meu Deus, aquela coisa bem recatada assim, não sei pra onde eu vou... e, cara, ele teve uma paciência incrível, ele teve... é um cara que é assim, incrível ele. Teve uma paciência de Jó comigo, e eu aprendi muita coisa... aprendi muita coisa. Tanto assim, comportamental, quanto na parte íntima e tá ligado? E fetiches loucos assim, que a pessoa acaba descobrindo. É incrível, é incrível. E eu não me arrependo não, de forma alguma. [Rafael]

Como discutido anteriormente, a subcultura ursina se constrói em torno de uma imagem e de uma performatividade hipermasculina, que mimetiza e reproduz a imagem do homem viril. Em se tratando do contexto nordestino, cremos que essas variáveis se tornam ainda mais fortes e necessárias. Assim, aprender a ser Urso além de implicar numa alteração da performance sexual (aspecto no qual não nos adentramos), especialmente se relaciona com a mudança de sua aparência e estilo – o que faz com que os novos membros passem a fazer uso de um *checklist* (em relação ao padrão estético de seu vestuário e constituição física) para evitar erros e consequentes sanções sociais.

Assim, se antes esses jovens aprendizes vestiam-se e comportavam-se de acordo com o esperado para a sua idade (camisas divertidas e indumentária despojada, por exemplo), ao adquirirem um tutor e companheiro Urso, o ritual de entrada na subcultura ursina passa a representar a valorização de certas partes do corpo através de modelagens específicas nas calças jeans, no uso de estampas e padronagens xadrez ou ainda na migração para as camisas de botão. É esperado que esse jovem Urso absorva o máximo de informações e conteúdos possíveis para um dia aumentar seu capital social dentro da comunidade de pares e, consequentemente, mentorar outros jovens desejosos de se inserir na subcultura.

Pois é, em alguns casos, sim. Engraçado que eu já tive o contato com alguns meninos interessados por mim, novinhos, de 25 anos de idade, 26, e eu senti que tipo eles queriam ser ursos quando crescessem. Assim, que era uma escola que eles faziam. Eu até tirava sarro com isso, e o pior é que eles admitiam “é, é, é verdade”. Aí, eu, “oi?”. (inaudível) Aí, eu começava dizendo: você não é um bear não. Você é um aprendiz, isso é uma cadeia alimentar, tipo assim, um clã... ...tipo Thundercats. Eu sou muito nojento, não vou tirar onda não, nesse sentido, assim, pra tirar onda com isso, eu tiro onda legal. Com essa coisa de urso. Mas isso é um clã. Sou, você vai ter que acompanhar Papai Urso, quando Papai Urso chegar no que ele não funcionar mais, que ele tiver muito velho, ele passa o anel ursino pra você, aí você vira urso, aí pronto, você ocupa e você vai, abusar, assim, usar, um bocado de novinho. [Otávio]

Quando questionado sobre sua relação com Ursos mais maduros, Rafael foi bastante específico em como a construção de sua imagem se pautou naquilo que os Ursos (em especial na imagem de seu companheiro na época) valorizavam e consideravam canônicos dentro de sua rede (estética e comportamentalmente). Não é à toa que, uma vez iniciado nesse universo, se torna fácil reconhecer um Urso em seu habitat ou até fora dele, a partir da indumentária que ele utiliza, ou pelo modo como performa a masculinidade: associados, esses elementos compõem sua identidade. Mais que uma ferramenta, os artefatos de moda são uma parcela importante do self de seus usuários.

Entrevistadora: *E todos esses mais velhos eram ursos?*

Rafael: *Grande parte, grande parte.*

Entrevistadora: *E foram eles que te ensinaram a ser urso? Ou não? Tu já sabia?*

Rafael: *De certa forma... de certa forma, aos poucos... aos poucos, entendeu? Aos poucos eu fui vendo a maneira... de forma comportamental, entendeu? Em sociedade, até o estilo deles na rua, você descrever um urso... Quando a pessoa é urso ou não.*

Entrevistadora: *E é? Me conta! [risos]*

Rafael: *[inaudível] Porque tem certas pessoas, tem certos ursos que, não sei se tu chegou a pesquisar porque muitos fazem a linha lenhador, aquela coisa grossa e tal. E tem cara que, meu Deus do céu, é assim que eu quero e vai ser aquela coisa, entendeu? Tipo, blusa xadrez, aquela calça assim meio rasgada e tal, aquela... aquele coturno... você já identifica, você já percebe, é do meio aí. E muitas vezes que eu vi assim na rua, dois meses depois eu via pessoas, essas pessoas da rua encontrei na Bear Celebration. Quer dizer “ahh, tá vendo? Olha aí!”.*

Entrevistadora: *Olha só!*

Rafael: *Então assim, o estilo vai claro que isso vai de cada um, mas eu vejo os ursos assim com relação a indumentária, a vestimenta deles, é... é uma coisa mais... nada muito justo... – Eu uso muito roupa justa, Nossa Senhora, minhas calças mesmo são feitas a vácuo. É a vácuo, é a vácuo. Mas eles são uma coisa assim, eles gostam de marcar, principalmente as pernas. Marcam principalmente as pernas. Aquela coisa grande e grossa, bundão e tal, não sei o que... e grande parte, grande parte, vamos dizer 50% tranquilo é tudo de blusa de botão assim, mostrando os pelos do corpo e tal, o braço muito peludo, é nesse estilo mais ou menos, entendeu? Tem uma galera que usa mais cult, assim, uma galera mais tranquila, mais descoladinha assim e tal, mas grande parte digo tranquilo, assim, que é nesse estilo mais ou menos. Quer mostrar, entendeu? É como se fosse assim “quem manda aqui sou eu”, a coisa assim, de empoderamento.*

A passagem dos anos, ainda que possa ser recebida com certo pesar e medo por alguns Ursos entrevistados (Pedro) – em virtude das rugas e, cremos, pela perda de valor simbólico na comunidade LGBTQ -, também é lida como forma empoderamento por outros como Joaquim, que vê nos seus 40 anos um marco para assumir a barba e também entender-se como mais seguro em virtude de suas experiências de vida, maturidade e ganhos estéticos.

A subcultura ursina transforma os estigmas em características positivas. Entender suas complexidades é perceber que muito do que são hoje se deve à sua trajetória e às influências de seu contexto. Mais que um estilo de vida, pareceu-nos que esta subcultura (em especial no Recife – nosso local de investigação) pauta-se tanto nos aspectos visuais, a partir do uso de artefatos de moda, quanto num “estilo de vida”, como fez-nos entender Marmolejo (2004), Hennen (2008) e Domingos (2010).

Reforçamos, então, o que Miller (2013; 2007; 2001) e Douglas & Isherwood (2006) afirmam a respeito dos artefatos. Para eles, mais que ferramentas, os objetos representam elementos constitutivos dos processos de identificação, propiciando a noção de pertencimento a membros de grupos e subculturas.

5.4.3 entre o corpo e o artefato

Embora haja uma afirmação geral na literatura militante a respeito da identidade ursina ser marcada por certa “atitude”, observei, entretanto, que no contexto dos

informantes recifenses, a caracterização se dá especialmente a partir de uma visualidade. Mais que um estilo de vida, ser Urso é fazer-se ver como um. Quando questionamos aos nossos informantes o que significa ser Urso, surpreendeu-nos que grande parte das respostas tenham se centrado em descrições sobre modos de se vestir. O destaque não estava nas atitudes ou num perfil comportamental, mas na forma de coordenar acessórios, roupas, texturas de uma maneira considerada “perfeita”, sem espaço para erros.

Eu acho que quando o cara é urso e é gay fica muito claro o que ele tá fazendo ali, pela intenção, é tudo muito... corrobora muito, entendeu? Tá tudo muito organizado, tipo, tá tudo muito Village People, se é pra (inaudível) couro, tá ali; o coturno tá ali, a calça tá ali... Um checklist assim, preenchível. E de repente o cara que é hetero, vai cagar no meio de alguma peça ele vai botar. Aí quando você vê que tá... toda peça tá batendo há 99% de chance de que o cabra seja um urso. [Otávio]

Quando os entrevistados tiveram conhecimento da subcultura ursina (e do seu estilo de vida), houve um esforço empreendido não apenas em se reconhecerem como tal, mas também em serem absorvidos pela comunidade. Mais que algo natural, fazer parte da desta subcultura é uma soma de empenhos das mais diversas ordens. Os únicos elementos que lemos como mais próximos à ideia do natural, já que a hexis corporal também é fruto de uma construção cultural, e comuns a todos eles, é a gordura corporal, os pelos e a homossexualidade; todos os outros são fruto de dedicação que demandam tempo e investimentos financeiros.

Tal qual Cucho (1999), acreditamos que mais que a forma como um indivíduo se vê, os processos identitários também compreendem o modo como os outros o veem. Assim, não é de se espantar que a legitimação dada por parte do grupo constitua um elemento de importância. Explico: a subcultura ursina é sobre maturidade e tempo, o que pressupõe hierarquia no sentido de aqueles que são Ursos há mais tempo são detentores de mais poder (simbólico) que os demais.

Existe então algo que nomeamos de “processo de tutoria”, no qual um aspirante a Urso passa a se relacionar com um membro mais experiente. Este, por sua vez, toma para si a missão de repassar ensinamentos sobre o estilo de vida ursino e,

especialmente, os elementos de gosto e estética (rituais) necessários para se firmarem dentro da comunidade.

Como explicado por Otávio, existe um investimento numa linguagem visual em função de um aumento de seu capital social. O trecho de fala abaixo sugere que se trata, inicialmente, de uma emulação de comportamento e estética com base na atração sexual, que vai sendo adotado em um nível mais profundo enquanto simbolismo ao longo do tempo. O objetivo de adoção na estética ursina pelos seus membros se centra em ser “consumido”, ou seja, em despertar o desejo sexual, estando este também ligado a uma posição de poder e destaque dentro da comunidade. Observamos que, o quão mais antigo (tempo no grupo e faixa etária) e engajado for o membro, maior o seu poder simbólico na comunidade.

*[...] isso é muito uma fantasia, no sentido de que as pessoas perseguem este... ideário e esta imagem. Você vê que é uma construção, que você vê um ursinho novo ou mesmo um urso maduro que está entrando na vida gay agora, que se identifica com isso, mas que não se vestia assim, dê a ele um ano de movimento ursino e que ele vai estar replicando todo aquele visual... Então assim, além de ter um cunho sexual que dita as normas do que vestir, mas a galera meio que percebe uma fantasia que necessariamente não seja... agora devem se tornar, como eu, por exemplo, **usei tanto a máscara que ela grudou na pele e eu realmente gosto, mas eu percebi que teve um caminho, que eu persegui isso e de repente isso tornou-se natural pra mim, o ato faz o monge.** [Otávio]*

Eu não, não, não me visto como urso. Porque também, assim, eu sei que eu sou um urso, um ursinho, mas, assim, como eu descobri tem pouco tempo, então, assim, eu já tinha meu estilo de me vestir... eu não mudei depois que eu conheci... [Rodolfo]

Há, então, a exigência de um *dresscode relacionado a este empoderamento simbólico* que compreende elementos e até marcas específicas, também em momentos específicos: os de sociabilidade e flerte, especialmente. Um fato interessante percebido durante as incursões ao campo é que Ursos se vestem para Ursos. Parece uma obviedade, mas em seu dia a dia, em momentos fora do contexto ursino, os entrevistados não sentem a pressão de terem de se vestir de alguma maneira específica, enquanto em festas, por exemplo, existe toda uma “regra” sobre o que e como se vestir.

Assim como afirmado por McCracken (2003), vê-se neste aspecto os processos rituais de posse e de arrumação, no qual nossos informantes vislumbram nos artefatos utilizados, e na prática do compor seu visual estético, uma forma de trazer para si características simbólicas de seus bens.

É como se, no meu trabalho eu quisesse ser visto como alguém que não ta ali interessado em paquerar ninguém, é como se fosse realmente uma interdição porque ali eu sou um profissional PONTO.
[Joaquim]

Dentro dos processos hierárquicos, e de poder, estabelecidos tacitamente no grupo, fica claro que faixa etária e tempo de comunidade ursina contribuem para um alto capital social e que, associados a um bom capital econômico, pesam favoravelmente àqueles que os possuem. Foi recorrente, durante as investidas etnográficas, ouvir de Ursos mais experientes - como “Dani, Daniel para os íntimos” ou Otávio - frases como “as pessoas não sabem ser ursos”, dando a entender a existência de processos rituais muito bem estabelecidos que, uma vez seguidos à risca, conferem ao seu possuidor status de membro da comunidade.

Para nossos informantes, ser Urso é atitude somada à visualidade, ao modo como esteticamente se apresentam, especialmente em espaços de sociabilidade ursinos. Os artefatos, mais que acessórios, são elementos importantes para a construção de sua identidade, fazem parte da ritualidade do ser e do pertencer (Douglas & Isherwood, 2006; McCracken, 2003).

A ação simbólica, ou “ritual”, como é mais convencionalmente chamada, é um tipo de ação social dedicada à manipulação do significado cultural, para propósitos de comunicação e categorização coletiva e individual. O ritual é uma oportunidade para afirmar, evocar, assinalar ou revisar os símbolos e significados convencionais da ordem cultural. O ritual é, nesta medida, uma poderosa e versátil ferramenta para a manipulação do significado cultural (MCCRACKEN, 2003, p. 114).

No início desta investigação, acreditávamos que, por reivindicarem uma imagem rústica, não haveria espaços para vaidades e consumismos em meio aos que se reivindicam ursos (tal qual o estereótipo do homem heterossexual nordestino). Para nossa surpresa, todos os entrevistados foram bastante explícitos em seu apego à aparência. Alguns, inclusive, denominando-se consumistas, com gastos mensais

que já chegaram a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) em roupas, ou ainda ao afirmarem, com bastante naturalidade, fazer uso de cosméticos para a pele do rosto, associados a filtros solares. Também há o investimento quinzenal em barbearias especializadas localizadas em áreas nobres da cidade do Recife.

Observamos, entretanto, que a vaidade ainda é um elemento controverso dentro do grupo. Existe um embate, aparentemente constante, entre os novos membros e os antigos. De acordo com Pedro (membro antigo), estes ainda se mantêm resistentes ao cuidado “excessivo” com o corpo e à aparência, pois consideram inversamente proporcional à virilidade.

*é porque também eu sou muito vaidoso, então como eu sou um urso muito vaidoso, eu prezo muito pelo make, eu uso sempre um protetor solar que tem uma base protetora pra esconder a olheira e as marcas do tempo aqui... aqui, é uma base protetora que eu uso da Revlon, muito boa. Vende na Renner. É caro, mas, vale a pena. Eu gostava muito de uma marca que tinha muito no Shopping Rio Mar, mas ela fechou, que é uma marca americana, desde a década de mil oitocentos e alguma coisa, aí só tem em São Paulo. Ai, eu, eu, eu, tenho também marca de espinha, né, no meu rosto, aí eu cubro muito. Sempre fui muito, muito vaidoso. Isso até, me deixou até, às vezes me deixa, é, me deixa... **tem um certo preconceito da comunidade ursina quanto a isso... à vaidade! Eles acham que urso tem que ser desleixado, barba por fazer, muito másculo demais, entendeu?** [Pedro]*

Ao serem interrogados sobre sua vaidade, todos os entrevistados focaram em descrever sua relação com a moda e com o consumo. Houve aquele que detalhassem como gostam de fazer a barba ou ainda de articular marcas de cosméticos e elementos da indumentária.

Creemos que a associação automática à moda se estabelece, especialmente, por terem conhecimento não só do tema da pesquisa como das aulas que leciono profissionalmente (design de moda) - o que lhes causa certa “ansiedade” em não cometer erros sobre seu conhecimento a respeito da comunidade ursina e sobre a forma de se vestir, como se estivessem se sentindo avaliados, o que lhes gerava tensão (Clarke & Miller, 2016). Não foi incomum ter de reforçar que poderiam ficar à vontade para falarem o que sentiam ou sua relação com a subcultura, uma vez que não existia resposta certa ou errada.

Como dito por Otávio, a construção de sua imagem e identidade ursina segue critérios estritos. Pode-se dizer que existe um investimento no projeto corpo (que envolve peso e pelos corporais) e nos artefatos de moda como extensão de seu ser (associados a uma performatividade viril) – a tal ponto da comunidade ursina passar a ser encarada como um importante e estratégico filão de mercado.

5.4.3.1 *corpo: peso e pelos*

Todos os Ursos com quem tivemos contato direto têm em comum o fato de serem homens grandes. O discurso é sempre bastante similar: antes de conhecerem a subcultura ursina tiveram de passar por situações vexatórias ou de apagamento em espaços LGBTQ em virtude de seu peso (gordofobia). Após tornarem-se Ursos, não só houve uma resignificação (com valorização) do seu peso corporal, como também de seus desejos sexuais (passaram a afirmar com mais veemência seu interesse por homens gordos). Entende-se que tornar-se Urso é passar a valorizar-se enquanto homem grande (e deixar explícito o desejo por homens com as mesmas características⁸⁴).

Quando pedi para os entrevistados descreverem seu tipo físico, apenas um caracterizou-se como médio (Joaquim). Todos os outros autodenominaram-se parrudos (com bastante massa muscular, mas ainda sem definição) ou gordos, empregando um tom de orgulho em sua fala. Antes de tomarem conhecimento da subcultura ursina, entretanto, a reação era diferente: algo como vergonha e frustração, já que não conseguiam atingir o corpo dito “perfeito”, o que os relegava à solidão em espaços de sociabilidade e flerte.

Para os Ursos o peso corporal toma outro significado: o do fetiche. Embora não se sinta confortável em ser tratado desta forma, Victor cita um momento em que estava num bar e foi paquerado por um rapaz magro, no que recebeu de um amigo o seguinte comentário: “será que ele é fetichista?”. Para ele, ao contrário de todos os

⁸⁴ Suspeitamos que antes de conhecer a subcultura ursina, muitos valorizavam aspectos físicos típicos das *Barbies* não apenas para si (o que não era alcançado, gerando desconforto e stress) como para possíveis parceiros.

outros Ursos entrevistados, ser visto como fetiche é algo que o desagrada em virtude do rótulo colocado naquele que é alvo do fetiche.

Mas que é que acontece? Quando, por exemplo, um menino que não tá nesse padrão, que é mais magro ou mais malhadinho, me paquera, eu percebo pelas minhas redes de amigos, que isso é tido como fetiche – o que me incomoda. Eu seria o fetiche dele porque ele gosta de gordinhos, né, entre aspas, porque eu digo gordo, sem problemas, mas aí é gordinho. Ah... um amigo até já disse isso: “olha, será que ele é fetichista?”. E falou a primeira, falou a segunda, falou a terceira. E aí isso me provocou um questionamento: porque é que é um fetiche? E o que é um fetiche? Porque onde... qual o ideário que tem na cabeça das pessoas na busca de um parceiro? Porque eu acho que não precisa ser um fetiche. Um desejo! A pessoa achou você bonito! Ou a pessoa achou você interessante ou conversou e achou que você tem um papo legal e quer manter contato, enfim, sabe? [...] Se assim pode dizer, sabe? Eu não gosto disso. E, também, isso é muito doido, porque eu não tenho nada contra os fetiches, porque as pessoas têm fetiches. Elaborem! Reelaborem! Recriem! Vivam seus fetiches! Mas não me fetichizem! É. Não me rotulem! Digamos assim, eu não gosto de ter o rótulo, eu gosto de ser o que eu quero, quando eu quero, como eu quero, sabe? Eu gosto muito de usar da minha liberdade... [Victor]

A gordura constitui um dos primeiros elementos que, visualmente, caracterizam um Urso, e passou a ser valorizado a tal ponto que os entrevistados, em sua maioria, afirmam praticar atividade física sem o intuito de perder muito peso ou emagrecer: o objetivo seria o de ficar forte, parrudo.

Esta valorização, creio, destaca-se em virtude do apego à imagem do animal urso (e de sua força e potência física). Fica claro que o culto ao corpo grande (o ser gordo) não se relaciona apenas a problemas de socialização ou constrangimentos; pelo contrário, passa a ser uma característica que os demarca, assim como seus pelos.

Tendo isto em mente, torna-se mais simples entender o porquê do consumo demasiado de estampas, fotografias ou miniaturas do animal urso por parte dos Ursos urbanos. Compreendi que existe uma necessidade de reforço de sua imagem e poder a partir do emblema (a imagem do animal), em especial na sua indumentária.

A gordura corporal também influencia veementemente na escolha das roupas ao nível do conforto. Por serem gordos, muitos dos nossos entrevistados apontaram

que sua busca se centrava em peças que não incomodassem ao apertar partes de seu corpo, ou que não levassem ao constrangimento em virtude das marcas de suor que poderiam vir a marcar as camisas – razão a qual tons escuros, ou bastante claros, serem preferidos no momento da compra.

Não, eu penso no conforto, como te falei. Por exemplo, camisas... essa camisa, ela tem uns micro furinhos assim... Então ela ventila, tá ligado? E ela não marca muito também quando eu sudo, por exemplo, hoje eu suei bastante quando eu vim. Mas não tava marcada. Ela seca, não sei o que é que ela faz. Ela faz alguma coisa... O que é que acontece? Ela não marca. Porque me constrange. Quando tem uma roupa que me... que mostra que eu tô suado, aí eu fico morto de vergonha. MORTO. Já teve dia eu tá lavado assim... [inaudível] pessoa... é...morto. Tanto chamar a atenção aqui, no rosto. [risos]. [Victor]

Então, geralmente, roupa, eu tenho essa dificuldade. Tipo, aqui tá confortável, mas aqui...aqui, eu tenho que colocar cinto, porque se não, ela cai. Aí, não é difícil, não é incomum eu ter que ajustar minhas roupas. Eu compro e aí vou pra costureira, ela ajusta e fica tudo certo. Então, eu dou preferência por camisas que me deixam mais à vontade. Adoro camisa de botão, de botão com manga curta, adoro. Jeans, eu uso muito. É... tenho vontade de usar, assim, calças cáqui, umas coisas assim, mas não rola, cara. Eu fico com uma bunda gigante. [risos] Aí, eu prefiro, não. E... sapato? Eu tenho... eu gosto de sapatênis. [Victor]

Então, eu gosto que dê um volume mais em cima; eu gosto que deixe aqui mais planinho, pra não marcar a minha barriga... e gosto de bermudas também confortáveis que... mas eu gosto de bermuda slim, muito embora essa não seja, porque ela dá uma... Me deixa maior... na coxa... [risos] É, na coxa. [Victor]

Para Otávio, entretanto, ser apenas gordo não é o suficiente para caracterizar alguém como Urso, já que acredita ser importante a existência dos pelos corporais. Para este informante, em especial, a gordura em si não é vista positivamente. O trecho abaixo relaciona-se à sua explicação sobre o espaço da Bear Celebration e o porquê de não gostar de frequentá-la (o único dos entrevistados a não falar positivamente da festa).

Aí você chega lá e tem um bocado de bichita, feminine, umas gordas balanguda sem um pelo no corpo, meu filho, me poupe. Células adiposas insuportáveis na minha dieta. Que é outra verdade, assim. Aí entra outro dilema que hoje existe no público urso: que alguns reclamam, lugar de urso, é feito a história do turbante, usado pelas mulheres brancas. O urso tem que ser gordo. Se você é musculoso e é peludo, você não é urso, né? [Otávio]

A explicação de Otávio nos direcionou para uma questão importante na comunidade ursina: os tipos de festas ursinas e as características físicas e de estilo de seus frequentadores.

Existe uma essencialização da imagem do Urso, que leva a crer que os mesmos exemplares de homens gordos, barbudos e hipermasculinos serão encontrados em diferentes espaços de sociabilidade deste público. Ao contrário, Otávio e Pedro em suas explicações sobre festas ursinas populares em São Paulo explicaram que cada local atrai um tipo de Urso diferente. Neste ponto, não necessariamente estavam falando nas classificações ursinas baseadas em características físicas (lontra, daddie etc.), mas de estilo.

MUITO! Muito cafuçu. Mas o cafuçu ele encontra mais aqui... muito em nordeste, né. Em São Paulo, se você for na Ursound você vai encontrar os mais gordos, entendeu? Se você for na Bigger, são os musculosos. Se você for na Bear Hugs, os mais clássicos, mais velhos, entendeu? São aqueles ursinhos mais velhos... As festas em São Paulo elas são... e tem a The Eagle, ne? A The Eagle são os ursos safados. A Eagle é uma marca de bar, que trabalha num sistema de franquia no mundo todo, é um bar que abriu em São Paulo, era muito conhecida em Los Angeles, Nova York, lá lá lá, que só é putaria. Ta tendo agora no domingo o Domingo dos Ursos, que Tony Carlão, que é a grande figura ursina sexual de São Paulo, né? que ele tá fazendo a festa da cueca. Você fica de cueca. Tem um armário, você tira a roupa e fica de cueca. Wagner fazia isso na Confraria, mas não dava muito certo, né? porque as vezes quem tirava a calça, menina, eu chorava lágrimas de sangue. Eu não tinha coragem de tirar, nunca tive coragem pra tirar a roupa. E tinham os encontros de urso na sauna, né? também. Ai na sauna era melhor, porque você ficava de toalha, ficava mais a vontade, mas existem essas classificações. Eu acho que o urso daqui de Pernambuco, o urso do Rio, é tudo igual... só os de São Paulo é que são mais diferenciados. Existem várias vertentes de ursos, ne? [Pedro]

Mas existem ursos, se você for na Bear Celebration, você vai encontrar a galera mais cinquentona, que fica sentada nas mesas, que usam camisa social, camisa polo, ne? aquela roupa mais

discreta. Se você for no Bailão, em São Paulo, são ursos que se vestem mais aquela roupa mais clássica... é o ABC Bailão. Aquelas roupas mais clássicas, entendeu? Existe isso, mas existem os ursos modernos, ne? que usam um óculos escuro na balada, entendeu? Óculos escuro é uma coisa que eu amo de paixão. [Pedro]

Estas e outras descrições fornecem a pista do modo como os Ursos recifenses constroem sua imagem, do que valorizam esteticamente, bem como do que precisam consumir para serem bem recebidos em espaços de socialização ursinos das mais diversas ordens.

Os pelos faciais e corporais (figura 32) constituem o segundo elemento demarcador mais importante para a comunidade ursina. Junto à gordura corporal, trata-se de uma característica física que automaticamente remete à imagem do animal que dá nome e inspira toda a subcultura.



Figura 32: Pelos corporais. Fonte: Bear Celebration

Ao contrário do peso, entretanto, que pode ser encarado de maneira negativa dentro da subcultura, o pelo é sempre visto como algo positivo. Trata-se do elemento que diferencia um homem Urso (“o topo da cadeia alimentar”, segundo Otávio) de um gay Barbie, por exemplo.

Eu sou acima do peso... acho que... agora eu to mais magro um pouco, mas assim, teve época que eu cheguei, eu tenho um 1,78(m) e cheguei a 93kg, aí deixei a barba crescer, então, assim, foi uma coisa que eu também, que eu vi também fui bastante mais paquerado e olhado quando eu deixei a barba crescer. Porque aí

parece que tem aquela coisa, não tem nada a ver nas opções sexualmente de cada um, mas assim, já remete mais aquela coisa do homem, do homem mais velho, do homem másculo, aquele homem de barba, entendeu? E mais ursinho também. Então, assim, quando eu entrei na festa que eu vi que eu fui bastante paquerado, eu disse “Meu Deus do céu, o meu lugar é aqui!”. [Rodolfo]

Eu acredito que o ressurgimento da barba cheia, que eu não sabia que eu tinha, e ela, quando foi sendo construída no meu rosto... eu vivi uma experiência esse ano de tirar a barba e eu não me senti mais atraente, eu odiava que as pessoas diziam que eu tava com cara de menino, que eu tava com cara de mais jovem, é... eu percebi que os 40 vieram e a barba serviu não pra me envelhecer, mas pra me empoderar mesmo e eu não me vejo mais sem barba, de jeito nenhum. Tenho um pente pra pentear minha barba, vou de 15 em 15 dias ao barbeiro pra ele aparar e tudo, adoro que passem a mão na minha barba, que digam que ela é toda cheia, é como se fosse também uma parte do meu falo a barba. E aí eu adoro a barba [risada]. [Joaquim]

Existe todo um investimento no cultivo dos pelos corporais, que diferenciam os homens dos meninos. Joaquim, por exemplo, afirma que uma vez que se descobriu barbudo, nunca mais conseguiu abandonar a barba. Quando o fez, sentiu-se desconfortável e com uma imagem infantil: não se reconhecia no espelho.

A barba representa poder, virilidade, tal qual os pelos do peito. E, assim como Joaquim, Pedro é um dos Ursos que deixou clara a importância de frequentar um bom barbeiro ou barbearia. Este, especificamente, frequentemente posta fotografias e faz check ins em suas redes sociais das barbearias frequentadas, bem como dos profissionais responsáveis por cuidar de sua imagem⁸⁵ (figuras 33 e 34).

⁸⁵ O investimento financeiro é tão alto quando o de tempo para os cuidados. Popularizaram-se na cidade do Recife as chamadas Barbearias “Gourmets”, espaços montados com estética retro, organizados e frequentados por homens e que sempre transmitem jogos de futebol nas televisões, e que disponibilizam cervejas, whisky, mesas de bilhar ou vídeo games para a comodidade e bem-estar de seus frequentadores. Pelo serviço prestado, claro, o investimento é bem maior que o que se pagaria em barbearias tradicionais “de bairro”. Além disso existem os gastos em cremes e pomadas para manter tudo no devido lugar.



Figuras 33 e 34: Check ins de Pedro em barbearias

Os pelos estão relacionados ao desejo sexual, e são amplamente explorados no imaginário ursino. Otávio afirma que, quando novo, nutria uma atração pelo artista Freddie Mercury em virtude de seu bigode e de seu peito peludo - e ridiculariza um ex companheiro ao lembrar da sua falta de pelos.

Ele... a frustração da vida dele é que ele gostaria de ser peludo e não é, não tem um pelo, não tem nada, tanto que ele deixa um bigode assim... ridículo, ridículo. (risos) Parece mais que ele pegou uma fantasia de carnaval de português e colou na cara! [Otávio]

Segundo Joaquim, “*ser urso é gostar muito de pelo*” e essa predileção sempre está presente em sua fala (para momentos de flerte ou questões de ordem simbólico-afetiva).

A gente tem até uma brincadeira assim, que eu tô paquerando com um urso aí eu digo “tem dois mamilos perdidos no meio de uma mata toda”, a gente brinca assim e tudo... mas tem muito essa coisa. [Joaquim]

Na minha sala, por exemplo, não tem sofá, tem um tapete grande, imenso, que lembra também, um urso, né? Que é uma homenagem ao meu pai, que era negro, era porque fisicamente ele não existe mais, e quando eu deito no tapete é como se eu tivesse perto dele, mas ele também lembra pelo de urso. [...] Pra mim ser urso é gostar de comer, é gostar, eu no caso não gosto de comer muito, mas gosto de comer bem, é... gostar de música eletrônica, gostar de ter barba, gostar de homens que têm pelo, homens que não têm pelo pra mim é, eu supro essa falta, entre aspas, do pelo deles com outra coisa, com outra característica. Por exemplo, como... é... inteligência, um outro tipo de beleza, outras características, assim, que eu acho interessante num homem, mas assim, ser peludo pra mim, se o cara é peludo, se eu vou à praia e tem um homem todo peludo eu já fico todo abestalhado [risadinha] [Joaquim]

O peso e os pelos corporais fazem parte da construção imagético-simbólica da comunidade ursina, em especial por representarem um código de virilidade - em virtude da associação direta com a imagem do animal que confere nome à subcultura. Eles constituem o não dito, o que não precisa ser explicado, uma vez que são passíveis de vislumbre a um simples olhar. Para além disso, representam um elemento de valor para aqueles que os possuem por constituírem o padrão estético canônico em sua comunidade, algo a ser almejado, o belo.

5.4.3.2 o artefato como extensão

Já foi falado o apreço e valorização da performatividade hipermasculina na comunidade ursina. Também foi apontado que existe uma relação de emulação e de violência simbólica muito forte que justifique tal comportamento. Há a valorização de uma virilidade cisgênera, ou seja, na qual há a conformidade entre o sexo e o gênero masculino.

Embora Joaquim tenha afirmado gostar de jogar com a relação masculino e feminino na construção da própria imagem, prevaleceu entre os entrevistados o discurso de que é importante se apresentar de maneira máscula. Para tal, a escolha de modelagens e estilos de roupas, materiais, texturas e cores, integrada a uma performatividade viril, são fundamentais.

Existe no sentido de mostrar uma virilidade, pra mim, assim sabe? O urso, mesmo que o urso goste de ser penetrado, que é o classicamente chamado "passivo" na relação homossexual, relação sexual homossexual, é... mas assim, tem aquela coisa de ser masculino, ligado à coisa do lenhador que derruba uma árvore, que ele tem um machado, e tal, que essa coisa do macho mesmo. E aí, entre quatro paredes, não, as coisas podem se confirmar ou não, pode-se ter ali uma série de possibilidades, mas visualmente, se você vai a uma festa de urso, pelo menos nas festas que eu vou, você vê um ou outro urso que é mais afeminado, no sentido de que isso é muito forte, essa coisa de ser afeminado. A maioria, ela tem uma coisa que é como se... tem uma jogadinha de mão, tipo só pra saber que eu sou gay, mas assim, se eu sou passivo eu vou meio que disfarçar ali no meio e tal. [Joaquim]

Outro ponto importante na fala de nossos informantes diz respeito ao conflito em relação à associação da virilidade ao comportamento machista. Joaquim, Otávio e

Victor mostraram-se bastante desconfortáveis quando questionei se o interesse deles era o de apresentar a imagem de “macho” ou de homem heterossexual. O incômodo se deu em virtude da associação desta palavra a atitudes relacionadas à violência, em especial de gênero. *“É... importante essa pergunta... [pausa longa]... macho... não! Acho que macho pra mim lembra machucar, não sei porque eu fiz agora essa associação”* (Joaquim).

Além disso, não demonstraram nenhum interesse em assemelhar-se a um heterossexual, pelo contrário, deixaram claro que sua orientação sexual não constituiria nenhum tabu. A imagem reivindicada e performada constitui-se em estratégia para a ocupação de um espaço social privilegiado – em virtude da dominação masculina como valor social hegemônico, em especial no contexto do estado de Pernambuco, Nordeste do Brasil. Otávio e Victor admitem, inclusive, o conflito vivido ao perceber que seu discurso e comportamento podem soar machistas por várias vezes. *“É engraçado que assim, o machismo me incomoda, mas o visual machista é o que me atrai”* (Otávio).

O universo feminino nunca me atraiu muito, para ser bem honesto. Ao mesmo tempo eu sabia que eu não me encaixava totalmente no universo masculino, eu não sei se pela coisa, é... muito bruta do universo masculino, foi algo que eu fui adquirir enquanto linguagem, eu vi que aquilo era como uma linguagem que me trazia a uma condição de favorecimento ou privilégio, eu aprendi a ser machista. Eu, hoje, identifico na minha conduta traços machistas, mas que eu tive que me apropriar deles para..., aquela coisa da violência simbólica que diz Bourdieu. [Otávio]

Embora a gente encontre as imitadoras do modo de ser bear. A leitura que eu faço disso tudo: realmente, por caminhos de violência simbólica, ou não, o que é que faz sucesso? O macho, heteronormativo. Ponto. A (inaudível) é machista, a cultura é machista, nos símbolos sexuais são machistas, o sex appeal é machista. Eu vejo amigas minhas, mulheres que são descoladas, que são independentes, quando você diz: ‘vá procurar um macho’, ela gosta... não gosta daquele delicadinho, não. Ela vai se apaixonar por aquele cafajestão, que tem... que puxa pelo cabelo e o gay reproduz a mesma coisa. O gay reproduz a mesma coisa. Infelizmente é uma realidade. É uma cadeia, aliás, pequeninha. A gente pensa que tem essas variações todas, mas pelo menos falando de termos masculinos. Aquela velha imagem do masculino, da força bruta. É o que faz sucesso. No mundo gay ou no mundo hetero. [Otávio]

A mimetização do comportamento hipermasculino não é intencional, entretanto. Os Ursos entrevistados expuseram que se tratou de um comportamento natural e orgânico e que, quando caíram em si, já “havam vestido a roupa do agressor”. Trata-se da lógica da violência simbólica, já apontada anteriormente e reforçada por Otávio (que, sendo acadêmico, demonstra bastante afeição pelas teorias de Bourdieu).

É engraçado que chegou até um momento depois, da fase adulta, já tendo me transformado nesse ser aparentemente, socialmente, o homem, heteronormativo, cafajeste, mesmo não sendo, que eu me senti meio que numa crise de identidade. Que eu digo: Porra! Eu me identifico com o universo, o estereótipo heteronormativo. Cliché, em todos os aspectos: quem me atrai? Quem tem essa característica também, mas o ideário, a ideologia, melhor dizendo, me incomoda. Onde é que eu me encaixo então? E eu fiquei num dilema. Porque era mais provável que eu encontrasse pessoas com ideologia que não me agradava, porque eu ia atrás das aparências, que me mostrasse aquele cara heteronormativo, normalmente ele tinha uma tendência, ainda que não percebesse, dessa ideia machista. [Otávio]

Essas referências apontadas são reproduzidas por meio da construção do corpo e da performatividade. Existe uma estratégia na escolha das roupas e acessórios utilizados, de modo a desenvolver a imagem completa de um homem tipicamente rústico (ou adaptado a tal imagem).

De acordo com Otávio, o que houve foi uma importação da imagem do Urso norte americano, em especial o da cidade de São Francisco. Mesmo que a temperatura recifense não favoreça o uso de certos materiais como o jeans e a flanela, os mesmos permanecem sendo consumidos. O caimento da peça também é essencial para a imagem do usuário: ele conhece seu corpo e sabe exatamente o que quer valorizar e/ou disfarçar (pênis, peitoral, coxas, nádegas).

Os entrevistados apresentam, então, uma característica que os diferencia da imagem popularizada do universo heteronormativo masculino nordestino: uma boa relação com a moda. Se o homem heterossexual utiliza de sua esposa para a escolha e compra de roupas, por ser uma atividade fútil ou menor (Bourdieu, 2012a), os Ursos vão na contramão: são consumistas, possuem uma relação quase fraternal com marcas e não se constroem em deixar isso visível. Nada, então, é gratuito e

sem razão – especialmente em ambientes de flerte. Fora dele todos deixaram claro que se vestem “à paisana”.

Pra valorizar isso. A camisa é acochada, se for malha ou de tecido, que é pra que? Pra mostrar que você tem o peitoral, que tem os músculos e até pra mostrar aquela barriguinha saliente. A coisa do coturno, em boa parte dos casos, ou tênis de cano alto, num material mais pesado, porque é a coisa da vitalidade, do lenhador, do pugilista, entende? Os acessórios de couro, relógio grande (figura 35). [Otávio]



Figura 35: Acessórios grandes usados pelos frequentadores. Registro da Bear Celebration.

O ritual de fruição dos artefatos possui uma ordem lógica. No meio Bear busca-se o rústico, e dificilmente se encontrará (espaço para) o “glitter” em seus ambientes e frequentadores. A roupa tem a ver com um “código de identificação” (Pedro) e, embora nossos informantes tenham tentado nos convencer de que seu estilo é fruto de uma escolha apenas pessoal, observamos que se trata de uma característica de grupo: sua individualidade é pautada numa coletividade. Seu estilo, ou personalidade, nada mais são que uma construção baseada no julgamento dos outros membros da comunidade ursina.

Sendo clássicos (Rodolfo e Victor – figuras 36 e 37) ou modernos (Pedro, Rafael, Joaquim e Otávio – figuras 38, 39, 40 e 41), nossos informantes todos apresentaram aquilo que Clarke & Miller (2016) chamam de ansiedade na moda, ou seja, o medo de passar por situações de constrangimento social em meio a seus pares, em virtude de uma “má escolha” ou coordenação “errada” das peças de indumentária.

Assim, a escolha de cores, texturas, materiais, da estética retrô ou dos acessórios não é gratuita.



Figuras 36 e 37: Ursos Clássicos Rodolfo e Victor



Figuras 38, 39, 40 e 41: Ursos moderno-esportivos: Pedro, Rafael, Joaquim e Otávio

No tocante às cores, observou-se uma predileção por tons neutros e escuros. Estrategicamente escolhidas, os tons das peças dos nossos informantes

concentram-se (por ordem de predileção) no verde militar, preto, branco, azul e vermelho.

De acordo com Rafael, a cor preta está fortemente presente em seu guarda roupa devido à relação que possuía com seu corpo ainda na infância e adolescência, antes de submeter-se à cirurgia bariátrica. O uso do preto se dá para a “redução de medidas”, seguindo a máxima popular de que “preto emagrece”. Assim arriscamos afirmar que, mais que significar neutralidade, o uso do preto refere-se a uma memória (e herança) da época em que sofriam constrangimentos em virtude de sua gordura. Esta cor lhes confere segurança (figura 42).



Figura 42: Rafael, ao momento da entrevista, trajando preto.

Joaquim afirma que existe uma estratégia até para a escolha da roupa íntima:

A cueca boxer pra mim, principalmente as de algodão, cueca de algodão boxer branca pra mim é coisa típica de uma transa dos primeiros encontros, assim... uma coisa de mistério ... a branca...porque a branca dá uma ideia de, não de pureza, mas uma coisa de que é nova, assim, que eu “to usando pela primeira vez pra usar contigo”, então é uma coisa que, assim, tá mostrando para o outro que você teve esse cuidado, e nas outras cores isso não fica tão evidente, a não ser que a pessoa chegue perto da cueca e tal e cheire, né, porque tem cheiro de novo o tecido, né? Mas assim, quando você vê uma cueca branca você percebe que é nova, uma

peça branca, assim, íntima, né. Não sei sutiã porque não vejo sutiã há muitos anos [ironia e risadas], há muitos anos. [Joaquim]

Quanto às estampas, imaginei que não fariam parte do repertório visual dos entrevistados. Fui surpreendida, entretanto, pelo uso das mesmas em muitas fotografias analisadas, especialmente aquelas com caráter divertido ou em tons fortes. Joaquim, nas ocasiões em que me acompanhou à Bear Celebration, trajava sua camisa vermelha com estampas de cachorro (da marca Período Fértil).

Resgatando as fotografias da Bear Celebration, foi possível encontrar imagens de Pedro, ou ainda de Otávio no momento da entrevista, com estampas de ursos em suas camisas – o mesmo para outros frequentadores da festa. Pude confirmar o que Marmolejo (2004) já havia afirmado: que estampas deste animal urso são valorizadas e amplamente consumidas (figuras 43 e 44), apresentando-se assim a lógica do ritual de posse (ou de pertencimento a partir do consumo de artefatos de caráter simbólicos) apontada por McCracken (2003).



Figura 43: Dj da Bear Celebration trajando camisa com estampa de urso.

Fonte: Registro Bear Celebration

Figura 44: Otávio veste camisa Cavalera com estampa de urso.

A relação com a imagem do animal é tão forte que, quando uma marca lança um produto com esta estampa, há um consumo quase que imediato dele por parte de toda a comunidade ursina. A tal ponto que, de acordo com Otávio e Pedro, deve haver uma estratégia sobre quando usar este artefato, de modo a evitar que se esbarre como outro Urso vestido da mesma maneira numa mesma ocasião.

Em relação às texturas visuais dos tecidos, o xadrez ainda é o mais popular em espaços de sociabilidade ursinos recifenses. Sendo associada à imagem do lenhador, segundo Joaquim e Otávio, a popularização desta padronagem se dá em virtude da ligação que a mesma tem com o trabalho rústico e braçal executado pelos “derrubadores de árvore”. Também em razão da emulação da estética dos Ursos norte-americanos – que fazem bastante uso das camisas de flanela xadrez. O uso desse padrão está portanto associado à intenção de aproximação com as imagens mais tradicionais do movimento ursino (a imagem rústica do lenhador norte-americano).

...é, a minha indumentária... e eu tenho as minhas indumentárias ursinas, eu tenho minhas camisas xadrez, eu tenho minhas calças jeans rasgadas, eu tenho minhas botas, eu tenho meu coturno...
[Pedro]

Revisando as fotografias das edições da Bear Celebration em suas redes sociais, é possível perceber a popularidade desta padronagem no Recife (figura 45):



Figura 45: Frequentadores da Bear Celebration trajando camisas com padronagem xadrez. Fonte: Registro Bear Celebration.

Em se tratando de acessórios, de acordo com Pedro, ainda existem controvérsias dentro da comunidade ursina quanto ao uso, ou não, deles. Os membros mais antigos e tradicionais não disfarçam sua desaprovação, por acreditarem que essa vaidade é demasiado feminina.

Deixa eu explicar: há controvérsias nisso. A comunidade ursina, por exemplo, quando eu falo das pulseiras, eles acham isso fashion demais. “Ah, aquele cara é muito fashion, não gosto de homens muito fashion”... das antigas... hoje em dia mais não, hoje em dia os ursos estão mais abertos a isso. [Pedro]

Entre nossos entrevistados apenas Otávio e Pedro mostraram-se extremamente adeptos do uso de pulseiras, anéis, óculos de sol ou colares. Joaquim apenas se relaciona bem com a armação de óculos de grau mais modernas, enquanto Victor, Rafael e Rodolfo afirmam não gostar de usar acessórios (por lerem-se como clássicos), à exceção dos óculos de sol.

Em uma de minhas idas à Bear Celebration, lembro-me de Pedro com o braço cheio de pulseiras de sementes e em couro (na ocasião em que comprei o ingresso antecipado, descrito anteriormente). O mesmo para Otávio, quando o entrevistei (figura 46). O fato é que: não se trata de uma prática de fruição popularizada na comunidade ursina, sendo apenas utilizada por alguns de seus membros, os mais “modernos”.



Figura 46: Acessórios de Otávio na ocasião da entrevista. Prevalece o uso do couro, seja nas pulseiras, seja no relógio.

O couro é bastante popular na subcultura, seja em razão dos acessórios BDSM⁸⁶ (utilizados em caráter de vida privada ou numa festa temática), seja em sandálias, sapatos ou acessórios (bolsas, pulseiras). Joaquim afirmou que por um longo período de sua juventude fez uso de sandálias do tipo franciscana, arrematadas com meias escuras.

O apreço pelo couro também é visível no uso de coturnos ou sapatênis. Joaquim fala com muito orgulho de um coturno que comprou na Ellus, utilizado apenas em ocasiões especiais (eventos acadêmicos ou espaços de sociabilidade e flerte). O comentário revela a importância de consumir itens de grifes reconhecidas e de produtos de alto custo aquisitivo no tocante a itens de moda (no sentido mais específico de exclusividade, luxo e glamour).

Tenho um coturno que eu seleciono os dias que eu vou usá-lo, pra que ele dure muito [ênfase], porque é um coturno da Ellus, que eu lembro que eu comprei com uma amiga minha de moda, na loja da Ellus de um shopping daqui do Recife e ela disse pra mim “e olha, esse coturno foi feito pras pessoas que andam na neve, por isso que ele tem essa cor meio esverdeada, que é um couro que foi tratado pra ser, pra andar na neve e não estragar”. E aí eu uso esse coturno desde 2014, trato ele com todo afeto, carinho, limpo e tal... [tom de vaidade na voz]. [Joaquim]

Outra estética amplamente valorizada no grupo, segundo Otávio e Pedro, é a retrô - que se caracteriza por peças contemporâneas que fazem releituras do passado. Para eles, a comunidade ursina e esta imagem andam de mãos dadas. Complementam afirmando que, não por acaso, as festas destinadas ao público ursino são repletas de flashbacks, ou seja, músicas que remetam às décadas de 70, 80 e 90 (figuras 47, 48 e 49).

⁸⁶ Sigla usada para representar Bondage, Domination, Submission and Masoquism.



Figuras 47, 48 e 49: Divulgação da edição Baillão dos Ursos, da Bear Celebration. Fonte: @bearcelebration (instagram)

Aí é uma leitura minha, tá? De designer... o retrô e o movimento ursino andam de mãos dadas, não é à toa que você cante uma trilha sonora retrô preponderantemente, porque se você for a qualquer festa... ...vai tocar os hits das musas pops atuais, mas vai tocar uma playlist retrô? Vai. Qualquer festa dessas. E o visual que, a sunga que faz sucesso que você vê que é clichê no mundo bear, tem uma sunga que tem um toque 70 da porra, que tem aquele viés branco com aquela entradinha do lado que tem um cadarço na frente, entende? É aquele padrão que você vai ver preponderantemente sendo usado pelos caras que são ícones sex que frequentam as grandes festas de São Paulo e do resto do país. E aí, começa. Eles usam, aí isso aparece nas redes sociais deles, quando você for aqui na praia de Boa Viagem, vai aparecer todos os ursos daqui começando a usar aquilo dali. Basta eles irem numa festa, que eles trazem aquilo de lá. [Otávio]

Na ocasião de sua entrevista, Otávio afirmou ter-se vestido tipicamente como Urso. Falou de seu boné para exemplificar o apreço dos membros da subcultura à estética retrô. Nas entrelinhas afirma que estas referências visuais são influência dos estados do Sudeste brasileiro, em especial de São Paulo e do Rio de Janeiro. Acrescenta que o fato do boné remeter a profissões popularmente lidas como hipermasculinas ou rústicas norte americanas (país de origem simbólica da subcultura) confere ao usuário um apelo sexual ainda maior nos espaços ursinos (figura 50).

É uma viagem, é uma viagem... pronto esse boné de tricolor, bicolor... que lembra uma coisa, é... beisebol, futebol americano e caminhoneiro americano, é uma coisa meio 80, meio 70, vejo que até a referência de 86 e ele é colocado na receita, numa Dafiti da vida, boné retrô num sei o que... é... começou fora, você via nas festas de

urso fora a pessoa usando, aí depois São Paulo, Rio, aí pronto, os ursos daqui vivem indo lá pras festas. Daqui a pouco começa: um aparece, o outro quer, o outro quer, o outro quer e pronto. Todo mundo tá usando. [Otávio]



Figura 50: Boné com estética retrô utilizado por Otávio, arrematando o visual totalmente ursino.

Otávio, Pedro e Rodolfo empregaram certo orgulho e satisfação ao falar das festas e eventos ocorridos na cidade de São Paulo, o que me permitiu inferir o tamanho da influência de estilo disseminada pelos Ursos desta localidade. Quando questionado se era frequentador da Bear Celebration, Otávio respondeu, por meio de adjetivos pejorativos aos seus frequentadores, que não, pois prefere investir em viagens à capital paulista para entrar em contato com seus membros e imergir em seu universo (chegando a hospedar-se em um hotel situado na Avenida Viera de Carvalho, por afirmar ser o local em que os eventos de seu interesse costumam acontecer).

Em um trecho de rua, Viera de Carvalho, você vai ter aquela mesma quantidade de público – TODOS bears. A casta de bears. Que eu fico, agora tá me fungindo... Itamarati, o nome do hotel que eu fico e eu já procurei, essa semana, sexta-feira... datas de coisas e hotéis, os próprios sites dos hotéis usam como argumento pra vender o hotel: fica em frente dos points de bears Soda Pop, Caneca de Prata, não sei o quê". [Otávio]

O discurso desses informantes também expressa a consciência do poder simbólico conferido pela demonstração da capacidade econômica, neste caso específico, a disponibilidade financeira que lhes permite realizar viagens e se socializar em outros contextos de convivência homossexual. Esses membros é que certamente serão

responsáveis por trazer as novidades em termos de comportamento, informações de moda e estéticas privilegiadas em outros contextos ursinos.

No universo ursino é bastante comum encontrar homens com o estilo clássico, tal qual utilizado por Victor (o mais esteticamente tradicional entre nossos 6 informantes). Por clássico nomeamos camisas com cores neutras, cortes mais sóbrios, modelagem reta e poucos detalhes. Camisas Pólo são as mais consumidas por este público (figura 51). Rodolfo também se lê como tal, embora diga gostar de produtos estampados e/ou arrojados.

Eu gosto de fazer uma linha, até um amigo disse, assim... não é o hippie-chic, porque eu odeio o hippie-chic, não tem como ser hippie-chic, mas, assim, eu gosto de tá bem comportado mesmo, discreto, também. Eu não gosto de chamar muito a atenção das pessoas. É... e que com essa roupa eu possa entrar em qualquer lugar. Teve um dia, por exemplo, que eu fui para uma audiência no Fórum e eu não pude entrar porque eu estava de bermuda. E aí eu percebi porquê que tinha essa regra. Porque a galera que entrava, muitas vezes, era aquela galera que não tem grana e usava aquela bermuda Maresia, sabe? Preconceito mesmo, tá ligada? Racial, preconceito de classe, essa porra toda. Aí, eu disse “minha nossa, o que é que eu vou fazer?”; porque eu era testemunha de um caso, eu disse “eu vim para ajudar o caso, então, vou ter que ir embora”. Aí, a mulher fez: “Olha, tem essa calça aqui que era do rapaz que fazia serviços gerais”; eu disse: “me dê, porque se der, eu entro e vou”. Aí, tentei colocar, não entrou porque, né?! Eu sou largo. Aí eu disse: “não deu, colega, obrigado”. Aí o policial militar todo assim, sabe? Mas eu percebia que era por conta desses meninos que eu tava vendo que estavam sendo barrados, sabe? Aí, depois a juíza veio... Foi. Foi falar comigo, olhou assim e fez: “Venha, venha, venha, comigo, venha!”... Entende? Então, eu.. eu... as pessoas as vezes... o que eu fico as vezes preocupado com o movimento é que eu não sou discreto, em parte, por minha segurança, mas eu sou uma pessoa discreta. [Victor]

Sobre o uso de estampas, o informante pontua sua preferência hoje por tecidos de padronagens lisas e sua auto percepção como expressão de um gosto clássico:

É, mais lisa, assim... eu já usei muita estampa na adolescência, mas, hoje, eu prefiro, eu acho muito bonito tons, assim, únicos, então eu, geralmente, eu costumo fazer isso. Eventualmente, não. Também quando eu quero eu tenho no meu guarda-roupa batas, por exemplo,

que são mais indianas, assim, mais chamativas, mas aí eu tenho blusas que são mais estampadas, mas aí depende muito do dia. Mas, geralmente, é isso. Eu acho que eu faço um padrão mais clássico, assim. Eu penso. [...] Não gosto. Não gosto de relógio, não gosto de pulseira... [Victor]

Acho que casual, estilo... eu gosto muito de estar na moda também. (risos) Do que colocam assim... camisa... sempre vou de calça jeans, um tênis e camisa pólo, geralmente. Acho que é um estilo tradicional, você que trabalha com moda... (?) Clássico, pronto. [Rodolfo]



Figura 51: Camisa utilizada por Victor durante a entrevista

Dentre os Ursos entrevistados, outro estilo bastante popular é o que denominamos moderno-esportivos. Estes se caracterizam por estarem mais atualizados em relação às tendências de moda, ousando um pouco mais na composição dos looks. Fazem uso de cores mais fortes e vibrantes, de peças funcionais, camisas de algodão e da silhueta triangular - com ombro marcado e calças com modelagem skinny. Observamos que, na Bear Celebration, junto aos Ursos clássicos, constituíam o estilo que mais prevalecia.

Quando perguntei sobre a relação de nossos informantes com a moda, os Ursos moderno-esportivos automaticamente se nomeavam consumistas, alguns informando o montante gasto mensalmente em roupas e acessórios, e faziam descrições detalhadas do que os apetecia esteticamente.

Eu sou consumista. (risos) Oh, eu gosto de marcas alternativas, assim, sempre que eu vou a São Paulo, na Avenida Paulista tem um shopping, eu não lembro agora o nome dele, ele fica assim que você sai do... ele quase na frente daquele shopping chinês. Não lembro o

nome. Então, toda vez que eu vou a SP eu compro camisas de mangas curtas, com as estampas bem diferentes, assim. Então, a última vez que eu fui, eu comprei duas. [Rodolfo]

Eu acho que é um perfil individual de cada um. Porque eu não sei se tem um... seria.. tem ursos que saem até um pouco do padrão clássico, do padrão convencional. É. Vão bem à vontade, uns vão de bermuda... muitos vão de bermuda, de, de, um têniszinho básico. Apesar de sempre ser a noite as festas, tem muita gente que vai bem à vontade. Acho que nunca vi de sandália, mas, assim, vai de tênis, bermuda, camiseta regata, então, assim, é bem... Aqui, realmente, eu não vejo ninguém se vestindo como urso, muito raramente. [Rodolfo]

Surpreendeu-nos o investimento de todos os informantes, relativizando-se, é claro, seus respectivos contextos econômicos, até onde pudemos mensurá-los, de tempo e dinheiro, na construção de suas apresentações pessoais envolvendo corpo e de vestuário. Percebemos esta atitude recorrente como parte de um projeto. Este projeto parece pautar-se, especialmente, no desejo de atrair outros Ursos, em espaços de sociabilidade e flerte, que também valorizam a imagem do homem hipermasculino e rústico – mesmo que sejam cosmopolitas e não exerçam trabalhos braçais - tal como também assinalado por Hennen (2008).

Com discurso similar ao de “Dani, Daniel para os íntimos”, Otávio explica a lógica por trás da escolha da indumentária ursina, embora deixe claro seu descontentamento e frustração com os Ursos recifenses. Para ele, ainda existe um longo caminho a ser percorrido pelos companheiros nordestinos até que possam ser, de fato, considerados Ursos.

Aí você vai em uma festa ursina em Recife, que aí (inaudível) sua pergunta. O que é que acontece? Existe esse ambiente urso, heteronormativo: gays, grandíssimos, musculosos, barbudos, peludos, todos extremamente masculinos, tatuados, aquele estereotipo do macho, do macho fodão, não é nem um macho heteronormativo, comunzinho que bota aquela roupa franzina, não. É o macho tipo, topo da cadeia alimentar. É esse o que o mundo bear (inaudível), incluindo, os... É... se pegar um gordão do mundo bear, ele vai parecer aquele camarada que é... que levanta peso. Que concorre... que levanta três caminhões. É esse estereotipo que ele vai copiar. A roupa o cinto, a barba, o cabelo, a tatuagem, ele não copia tipo o empresário não, é tipo assim, o estereotipo da força bruta. É testosterona no ar, transpirando para todos os lados. É isso que o bear tem. Fora que se você for para a região sudeste do Brasil, tem só invocado. O Recife tenta colocar isso, só que o que aparece de feminine (risos) querendo os masculinos. É tipo... vai um

camarada como eu, querendo encontrar, vai lá querendo encontrar um ursino, é uma festa de urso, vou encontrar outro igual a mim.
[Otávio]

Em um dado momento, Otávio descreve como iniciou sua trajetória ursina e sobre quais foram suas influências estéticas. Semelhante a todos os outros entrevistados, deixou claro existir uma lógica (até bastante óbvia) de construção da imagem baseada na atração sexual, no objeto de desejo. Ao fazê-lo chega-se ao objetivo de também ser “consumido”, no sentido de ter sua imagem valorizada e atrair possíveis parceiros afetivo-sexuais (COLE, 2000).

Não é todo homem que me atrai não, eu tenho um nicho específico de homem que eu vim depois associar que era, tipo, o que é que eu mais valorizava nos meus relacionamentos anteriores? É o espaço dos bears. “Eita, vê aquele peito, tem o peito peludo, pow, que delícia. Era o que eu mais gostava em fulano, era quando tinha peito peludo. E de fulano, do que eu gostava? Era daquela barba. No fundo eu gostava de que? O jeito que ele se vestia, a forma que ele falava”. Quando eu fui botar tudo no checklist bear, casava. Eita, forma de falar, forma de se portar, se veste assim, usa barba, tem pelo... puta que pariu, então eu gosto de bear! E eu me visto assim: “Eita, porra! Eu também sou um, vai ver que isso facilita alguma coisa”. Foi como aconteceu pra mim, dessa maneira, né? [Otávio]

Rodolfo, por sua vez, acredita que o fato de não serem encontrados tantos Ursos aos moldes dos tradicionais Ursos norte-americanos na Bear Celebration se dá devido ao que nomeamos de **transitabilidade**. Trata-se de conseguir transitar e circular em diversos tipos de ambiente, sem necessariamente fazer uso do estereótipo preconizado pela comunidade norte-americana. A ideia nos remete à lógica de que a imagem ressignificada pelos que se reivindicam Ursos (em Recife) preza por diferentes formas de expressão, tornando-os compatíveis com diferentes ambientes. Ser “lenhador” não é uma “questão” quando o ambiente não é propício ou favorável à construção de tal imagem.

Esta lógica também se aplica a ambientes de trabalho, como informou Joaquim, que em seu ambiente profissional optava por fazer uso de roupas tidas “normais”, sem as características ursinas apontadas. O investimento estético, aparentemente, só existe em espaço e tempo delimitados, com o objetivo de aumento do capital social em meio a seus pares.

Até porque assim, outra coisa também, muita gente que vai para a balada dos ursos, as vezes vem de outra festa. Ou tem uma ligação... sai de lá e vai para a Metrópole, depois de 1 da manhã eles abrem... Então, assim... as pessoas também não vão vestidas só com aquelas características de ursos, porque depois podem ir para qualquer local. Entendeu? [Rodolfo]

Creemos que a transitabilidade é capaz de explicar o porquê de muitos Ursos não serem reconhecidos como tal por pessoas heterossexuais, em especial aquelas que não frequentam espaços homoafetivos e ambientes ursinos. Identificar um Urso “à paisana”, então, requer experiência e observação – ao término desta tese posso dizer que já me sinto uma profissional!

Observei que a ansiedade relacionada à moda e à indumentária apontadas por Clarke & Miller (2002) é algo muito forte. A lógica da adequação se aplica às marcas utilizadas, à forma de cuidar do corpo (barba, pelos corporais) e ao modo de articular peças da indumentária de modo a parecer o mais viril e fálico possível.

Deste modo, a escolha das modelagens das calças, caimento das peças, cores e estampas das camisas, marcas a serem consumidas, a quantidade de pelos que ficarão visíveis, referência estética a ser utilizada (o retrô ou a estética rústica ou o clássico, por exemplo) não passam de seleções criteriosas para o usufruto em ambientes específicos. Há um investimento numa imagem, que se baseia no fetiche e no flerte.

O medo do constrangimento ou inadequação fica claro nas falas de Rodolfo, Otávio e Pedro. Ainda que os dois últimos deem a entender que possuem um bom capital social, ocupando um lugar de destaque na comunidade em virtude de sua aparência, performatividade e sex appeal (atraindo, especialmente, muitos Ursos jovens), é possível observar em seu discurso que a escolha da indumentária se pauta ainda no receio de ser visto de modo inadequado pelos seus pares: como afeminado ou de mal gosto, por exemplo.

A relação desses informantes com a moda, relaciona-se não com o que este mercado está oferecendo ao nível de tendência em passarelas nacionais e internacionais, mas nos padrões que os membros da subcultura ursina estão consumindo: *“Ele sabe o que é... sim, qual foi o lançamento da São Paulo Fashion Week? Ele não sabe não, mas assim, o que é que os ursos usam? Sabe.”* [Otávio]

Olhe, eu acho moda interessante. Eu gosto de moda, eu gosto de tendência. Mas eu não vou negar a você que a minha moda ela passa um filtro machista tremendo. TREMENDO. Eu te [inaudível], por exemplo, um rosa, esse tom de rosa, por A + B, eu ver usado por pessoas que sejam estereotipadamente masculinas, aí pode ser que eu pense em usar esse rosa. Caso contrário, não. Eu tento copiar uma estética. Meu filtro é esse. Se achar que o negócio tá um pouco feminino, ao meu olhar, eu posso comprar, eu deixo de usar. [Otávio]

Mas assim, é uma coisa que é estereotipada, se você não está ali com a sunga daquela marca, tipo, o gay que vai pra Ipanema ele vai estar usando Aussiebum que é uma marca de roupa de moda praia americana que é importada e tá ali o corte daquela marca ou de alguma outra marca que seja legitimada naquele momento, mas todo mundo sabe muito dessas marcas e consome muito isso [Otávio]

Veja, eu não me visto como aquele urso que o pessoal... de quando surgiu, como eu lhe disse. Só de calça jeans, uma bota, suspensório, sem camisa ou camisa xadrez... não. Agora, de vez em quando, a festa indica assim “o tema vai ser xadrez, São João” então todo mundo vai de xadrez, então eu vou. Na vibe. Então, todo mundo vai de branco... coisas do tipo assim... então, eu procuro sempre ir com o tema da festa, mas eu não me visto como urso. No dia a dia, não. [Rodolfo]

Diante das menções à sua relação com tendências de moda em vestuário e marcas legitimadas como dispendiosas e de luxo no mercado global, questionei aos meus informantes que marcas acreditavam estar sintonizadas com seus estilos pessoais de apresentação, ou com o estilo ursino. Quando jovens, Joaquim e Pedro afirmaram consumir as marcas brasileiras Zoomp e Fórum. De acordo com o primeiro, em sua cidade natal (no Norte do país), se uma pessoa quisesse se destacar socialmente em espaços festivos LGBTQ, teria de usar estas marcas.

Nos dias atuais, a Cavalera é a marca que primeiro vem à cabeça dos nossos informantes. Segundo Otávio, a marca parece ter visto na subcultura ursina um importante público consumidor, constantemente desenvolvendo e comercializando camisas com estampas temáticas deste animal. O sucesso em meio aos membros da subcultura é tanto, que rapidamente estes produtos se esgotam nas lojas.

Avaliando os diversos álbuns fotográficos nas redes sociais da Bear Celebration, não pude deixar de perceber diversos frequentadores trajando a mesma camisa. Vale reforçar, também, que o mesmo exemplar foi usado por Otávio na ocasião de nossa entrevista.

Eu usei mais Cavaleira, gostava mais. Gostava mais da Cava [diminutivo carinhoso]. A Cava, eu tenho algumas peças, mas não me tornei mais fã porque eles não inovaram muito. [Pedro]

Existe um reforço contínuo do uso da imagem do emblema do grupo ursino (ilustrações relativas ao animal) em bens de consumo destinados a este público. É como se, ritualmente, as características e predicados desses artefatos fossem transmitidas aos usuários que os consumissem (MCCRACKEN, 2003). A roupa, neste contexto, funciona como um processo ritual na construção da imagem dos seus usuários, e na sua socialização. É como se a mesma conferisse força e segurança quase que instantaneamente, em função da recorrência de uso dentro o grupo.

Creemos que seria esta a razão para o uso da “indumentária ursina” em contextos ursinos isolados: é importante manter-se imponente em espaços em que a opinião do público presente parece contar. Otávio reforça nossa hipótese, como também exemplifica outras marcas que transmitem um estilo similar à marca Cavaleira.

Olhe, eu não sei se por coincidência dos elementos, que pra mim passa uma certa agressividade e aí é uma coisa interessante fazer uso deles, eu gosto muito da Cavaleira e vejo alguns outros usarem, assim. E, coincidentemente, a Cavaleira apareceu com essas estampas de urso, mas isso normalmente é coisa de ter uma caveira, de ter um símbolo mais... com uma pegada ou mais americana ou mais rock ou mais... pelo menos pra mim é coisa que me parece mais interessante e eu vejo outras pessoas usarem bastante: hmmm... Diesel talvez, John-John não vejo muito, John-John eu vejo uma marca mais usada pelas barbies, assim. ... Ellus, Clavin Klein, Fórum... hmmm... Levi's. Porque Levi's tá aquela coisa que a gente associa até o cowboy da Malboro. [Otávio]

As marcas parecem já possuir um rótulo que define que tipo de pessoa o consome, e assim como há aquelas que são associadas ao segmento mais moderno e cosmopolita da comunidade, também há outras que claramente são populares entre ursos com estética rural, por exemplo. As escolhas precisam ser muito bem feitas.

*Atualmente eu não tenho uma marca específica, tá, eu posso entrar numa Renner e comprei essa bermuda, que é de lá, né? isso aqui é uma **Zara**... básica, 39 reais... a bermuda de 40, então, quer dizer... e um tênis preto de couro da New Balance, que é minha marca preferida de tênis. Mas a marca que faz muito minha cabeça,*

mesmo, é a **Osklen**... eu tenho muita coisa da Osklen... MUITA COISA! E atualmente a **Von der Völke**, que é uma marca de Santa Catarina que é muito parecida com a vibe da Osklen, mas ela é uma marca também mais descolada e eu gosto. Pulseiras e acessórios eu não tenho uma marca específica: isso aqui é da Reserva, que eu passei na loja, comprei, gosto. Eu gosto muito do couro e tô gostando muito da madeira de reflorestamento pra acessórios. Agora cinto eu sou louco, tenho milhares [ênfase] na minha casa. Você vê meus cintos, você enlouquece... a Levi's é maravilhosa! E tem no shopping. É maravilhosa. Eu tenho calça da **Levi's**. sim sim, tenho a 501. A **Wangler** também... a Wangler é mais para o urso rural, né? aquela coisa urso sertanejo [gargalhada], né? [Pedro]

O conhecimento sobre marcas extrapola os nomes amplamente conhecidos. Joaquim e Rodolfo parecem se orgulhar ao falar daquelas que “descobriram”, e que fazem parte do segmento mais alternativo do mercado de moda.

*E gosto também de roupas que a mídia coloca. Por exemplo, eu gosto de clássicos também, de tradicionais, por exemplo, eu gosto tipo **Pólo Ralph Lauren**, eu gosto de... eu tenho da **Osklen**, eu tenho da **Calvin Klein**, comprei essa camisa que eu tô te falando dessa... **Seu Zé For Men** (figura 52), que é daqui de Recife. É bem diferente, visse? Tem um estilo assim, bem pesado. São estampas bellíssimas, de você olhar e dizer “eu quero todas, eu quero todas”. Não são muito baratas, assim, eu acho, porque são de mangas compridas a maioria, mas é em média 200 reais, então, coloca a taxa, 220, eu acho um pouco caro também. Tem uma.. uma.. aqui em Recife também, de camisa alternativa, tem **Gato Afoito**, que é... são... é até aqui na Boa Vista, eles tem um site que é... o rapaz, assim que.. parte do dinheiro também, assim, é revertido para ajudar ONGs de gatos. Então a marca é um gato, aí Gato Afoito, assim, a embalagem dele é bem bonita, assim, tipo reciclado com aquele papel tipo papel de pão e eles... é pintado à mão, o símbolo do gato e eles tem umas estampas bem legais, eles expõem no Recife Antigo. E em Minas Gerais também tem **Camisologia**. [Rodolfo]*

*Talvez eu esteja sendo visto como fantasiado pra você porque eu era o único no casamento que tava com uma camisa de manga curta. Toooooodos os homens estavam com camisa de manga comprida”. E eu, eu lembro que eu saí com a minha mãe ,e ela foi comprar uma roupa e ela disse “tu vais com que camisa?” e eu disse “com uma camisa de manga curta”, “mas pro casamento, filho?”, eu disse “vou, e ainda é aquela vermelha cheia de cachorrinho”, e fui com ela! E aí foi muito interessante, porque quando eu cheguei na igreja eu vi tooodos os homens com aquela blusa, com aquela camisa fechada, parecendo um monte de bancário, parecendo um monte de advogados, e aí, o meu amigo que casou é um advogado, né, e... e... né?.. quando eu entrei eu fiquei um pouco deslocado, depois eu disse “que bom que eu tô diferente”, então eu me sinto diferente com as camisas dela, da **Período Fértil**. [Joaquim]*

[...] a do cachorrinho vermelha com preto. Gosto... eu gosto da *Período Fértil* porque? Porque elas são modelagens masculinas, mas a estampa ela migra do gênero, ela brinca com o gênero, ela confunde, então eu lembro que eu fui pra um casamento no ano passado e uma grande amiga minha chegou perto e disse assim “nossa, essa sua camisa é tão bonita, parece até uma fantasia” [pausa reflexiva, com risada da Entrevistadora]... e aí eu disse assim “eu não sei se isso é um elogio ou não, mas eu vou entender que é, porque se não for, pra mim eu leio que é um elogio, porque, é... uma fantasia é algo que é ligado à criatividade, mas eu não me sinto fantasiado. [Joaquim]

*Eu gosto muito, muito, loucamente, das blusas da **Elvira Matilde**, que é uma marca mineira que tem muito preto misturado com flor...* [Joaquim]

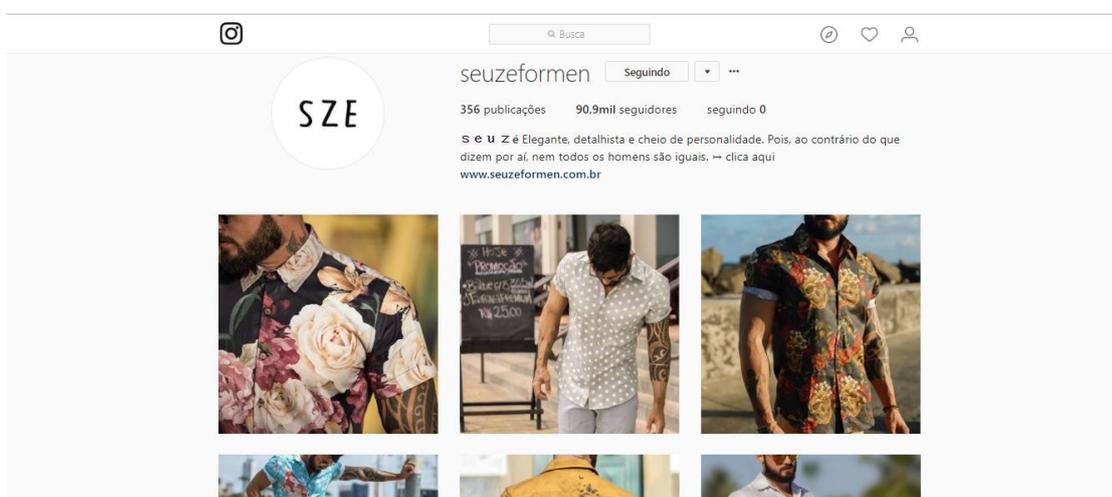


Figura 52: Seu Zé For man (página do instagram)

Lojas de departamento ocupam espaços de predileção dentre nossos informantes. Dos comentários sobre este tipo de loja, o de Victor foi o que mais me chamou atenção em virtude de sua relação de extrema familiaridade e fidelidade às lojas nomeadas, mostrando-se um exímio conhecedor das linhas de estilo desses espaços.

Então, veja, eu, sinceramente, não tenho muita noção de moda. Eu já comentei, por exemplo, que quando eu vou em uma loja, eu uso muito loja de departamento, né? *Então quando eu vou na loja de departamento, eu tento, por exemplo, tu conhece a **Renner**, né? Sabe as marcas que ela tem? Ela tem algumas marcas que são bem definidas a partir, de fato, de um dress code. Por exemplo, você tem a linha... É. Porque se não ele vai ficar... de noite é assim, de dois em dois minutos, ele avisa sabe? Para eu não deixar ver... Então,*

*quando eu vou, por exemplo, quando eu entro na Renner, que eu gosto muito da Renner, é... o que é que eu percebo? Tem a linha Marfino. Isso. A linha Marfino, eles tem marcas que são da própria Renner. A linha Marfino é uma linha mais clássica, você tem batas, tem camisas pólo, coisas mais clássicas, que é o que eu gosto. Então, eu já vou direto. Já tem uma outra linha, por exemplo, pra menina, que é a linha Cortele, que é uma linha mais ousada. Então você vai ter vestidinho curtinho... todo... por exemplo, aquele negocinho.. franzidozinho... você vai ter coisas mais ousadas. É... a mesma coisa eu acho que funciona na C&A, muito embora, faz séculos que eu não compro na **C&A**, mas tem a linha Clock House. É bem antiga... e aí, ela.. até um amigo tava com uma Clock House esses dias... “Que camisa linda!”, foi painho, foi pai. Essa camisa é linda! Aí ele me mostrou, e eu disse: “Olha só!”. Era uma jeans do babado, eu disse: “ai meu Deus, como eu queria pra mim!”, e ele disse que foi super baratinha... também, bom. Mas aí o que é que acontece, eu tendo a ir, a seguir esse padrão. [Victor]*

A performatização da virilidade também se expressa por meio de modelagens das peças utilizadas. Sendo assim, existe certa predileção pela modelagem skinny nas calças compridas, que valoriza nádegas, coxas e pênis. O mesmo se dá para camisas mais ajustadas ao corpo, que podem tanto demarcar os músculos de peito e abdômen (para os muscle bear), como também certa saliência abdominal (para aqueles que se encaixam nas classificações mais rechonchudas).

Calça eu gosto muito de skinny, ou seja, que não é, não gosto daquelas calças que sejam super skinny porque são... gosto muito da modelagem da Hering, adoro, adoro, adoro. Pra mim jeans é Hering. E tem que ser uma modelagem skinny, ou seja, que não seja aquela coisa tão magrinha. [...] aí gosto de skinny, gosto muito de blusa de algodão, é.. nesse formato mesmo de coisa de anos 80, anos 50, James Jean, aquela coisa de ma[jinaudível], só que eu não gosto daquelas calças claras, assim, muito claras. Eu tenho uma calça clara, mas é porque eu gosto da forma dessa calça. Agora se ela fosse toda azul escura, pra mim são as calças que eu acho mais bonitas, assim. E pretas, também. Jeans preto, pra mim. [Joaquim]

Sabe-se que, comparado à cidade de São Paulo, a comunidade ursina recifense ainda possui um número inexpressivo de membros. Deste modo, o orgulho de mostrar-se como tal (e neste ponto falamos no plano da expressão de estilos ursinos) parece ainda ser localizado. Ou seja: apenas em festas e espaços específicos.

Identificar-se como Urso e mostrar propriedade ao falar da subcultura não necessariamente significa que o membro desta comunidade no Recife vai sentir segurança suficiente para enfrentar espaços homoafetivos majoritariamente compostos por homossexuais com estética Barbie, ou ainda espaços heteronormativos (como os ambientes laborais) sozinhos.

É como se os entrevistados, mesmo que não percebam, vivessem uma identidade ursina velada. Digo, não há medo em ser gay, muito menos em ser Urso, mas também não há segurança suficiente em demonstrar sê-lo 24 horas por dia e 7 dias na semana.

Entendemos que, diferente das cidades do sudeste brasileiro, nas quais há uma forte comunidade Bear, a inexpressividade da comunidade recifense ainda não proporciona segurança suficiente aos seus membros. Embora não tenha sido dito explicitamente por nenhum dos entrevistados, nas entrelinhas o medo de sanções sociais em espaços LGBTQ e heteronormativos ainda é grande, daí o uso estratégico e localizado das indumentárias ursinas (as quais, quando vestidas, transmitem com bastante expressividade o orgulho de seus adeptos em serem quem são).

A ampliação da exploração midiática e comercial da imagem ursina contribuiu sobremaneira para um maior conhecimento a respeito do que é a comunidade Bear em diversas cidades do Brasil. Desde os anos 1980, o mundo virtual tem contribuído com o sentimento de pertencimento e acolhimento de diversos Ursos.

Joaquim, Otávio, Victor, Pedro e Rodolfo apontaram a dificuldade enfrentada para saírem do armário, como também para se reconhecerem como Ursos. Todos tiveram conhecimento da subcultura ursina com idade já avançada, o que os difere de muitos Ursos jovens da atualidade. Todos apontaram que o acesso à informação na internet, associado a uma maior exploração midiática da imagem de grupos minoritários em campanhas de publicidade, possibilitaram uma maior naturalidade por parte dos jovens gays para dialogar e explorar sua sexualidade sem tanto medo.

É muito doido. Eu não sei se é da minha época, isso, se eu tô vivendo esse momento ainda porque eu sou de 88, né? Então eu sei se nos anos 90 e agora, eu tenho visto muito menino que tá... sabe? A minha irmã até disse "ah, é moda". Não é moda, meu amor. [...] É, moda ser gay. [...] Quando a chegar lá [inaudível] não, não é moda não. É porque hoje existe uma flexibilidade, né? As pessoas, as

questões estão sendo debatidas, estão sendo colocadas, né? As campanhas publicitárias estão aí reforçando, ao modo delas, mas dizendo assim “seja o que você é, viva a diversidade” [Victor].

Dos anos 2000 em diante popularizou-se bastante a produção de séries de tv e webséries, transmitidas via youtube, sobre homens gays (em geral) e sobre a comunidade ursina. Barba Rija⁸⁷ (2012), *Where the Bears Are*⁸⁸ (2012) foram produções que proporcionaram um olhar diferenciado sobre a comunidade LGBTQ, apresentando suas afetividades e relações sociais para além dos contextos de sexualidade desregrada - ideias erroneamente disseminadas no universo heteronormativo.

Mudança de ponto de vista, de comportamento, de leitura, de gosto mesmo. Acho que tava preso lá dentro de mim e se soltou. Eu acho que a mídia, a mídia influencia. Depois da época da internet tudo mudou. A internet, ela deixou você outra pessoa. Você foi tendo conhecimentos mais rápido, livros caíram mais rápido na sua mão. Antigamente você pra comprar um livro custava uma fortuna, hoje você encontra literatura gratuita na internet, entendeu? Aí você vai no youtube, você vai nuns portais, você vê...a informação caiu muito mais rápida e mais barata, aí você vai se informando e vai se identificando com aquilo, entendeu? E os grandes filmes também deixam você, o cinema deixa você muito ligado nisso, entendeu? É... no mundo feminino o Sex and The City foi um grande ponto pra mudança pra mulher se modernizar, e até o homem também, né? porque falava do universo masculino, né? No universo gay, a referência era Queer as Folk, Os Assumidos, maravilhoso a série, entendeu? Que mudou muito no início da década, dos anos. No final da década de 90 e início dos anos 2000 Queer as Folk foi o grande ícone da série gay e abriu muita coisa pro gay se libertar, pro gay usar o jeans com o elástico da Calvin Klein, da Tommy Hilfiger, da Half Laren, da Hugo Boss, da Diesel, entendeu? [Pedro]

Com o passar dos anos, a subcultura ursina passou de “decadente” a um estratégico “filão de mercado”, segundo Otávio. A imagem do homem maduro, gordo e peludo sofreu um importante processo de ressignificação. cremos que em tempos de estímulo à vaidade masculina, uni-la à imagem da virilidade é atrair diversos homens sem que isso possa significar qualquer dúvida sobre sua orientação sexual (em se tratando de homens heterossexuais).

⁸⁷ Escrito por André Murraças, Barba Rija é uma websérie portuguesa que se passa na cidade de Lisboa. Tem como eixo central em sua trama a vida de três amigos Ursos e suas experiências afetivas no universo LBTQ.

⁸⁸ Comédia, envolta num ar de mistério, que apresenta as aventuras de três colegas de quarto da cidade de Los Angeles.

O metrossexual - ou moderno homem narcisista, disposto a despender grandes montantes financeiros para cuidar da aparência - pode ser hetero ou homossexual, e a imagem do homem rústico passou a ser um elemento de estilo amplamente explorado e estimulado nos espaços de moda e consumo destinados a este público. Não à toa na cidade do Recife as chamadas “barbearias gourmets” não param de surgir, oferecendo espaços “seguros” para o homem moderno ser quem quer, conversar sobre “assuntos de homem”, beber cerveja e jogar Playstation e X-Box⁸⁹ por exemplo.

Por isso se diz que a subcultura ursina entrou na moda! Aqueles que a conhecem (Ursos ou desejosos em ser), a “consomem” como processo de construção identitária; enquanto aqueles que “nunca ouviram falar” (em geral homens heterossexuais), fazem uso desta estética em virtude da transmissão da ideia de força, potência e controle (elementos claros de dominação na sociedade heteronormativa nordestina em que vivemos).

Na realidade são coisas que caminham na mesma direção. Justamente, pela questão do ideário, né? Do imaginário ursino ser um cara heteronormativo, e heteronormativo nos extremos, tem que ser um cara masculino e masculino ligado ao rude e ao rústico e ao bruto. É o que demonstra força, poder é.. é.. domínio, não no sentido econômico, tende a... diferencia muito, se a gente pensar em termos estéticos, no vestuário. Enquanto que o que tá muito em voga no meio, isso tá começando a surgir no meio ursino, que as áreas, as marcas descobriram o filão e estão começando a investir, mas ainda isso não tá muito forte não, isso ainda é muito pouco. Mas diferente do meio barbie, do gay, dessas boates, que a marca não pega, vão ter marcas que você vai sempre ver lá, as marquinhos de acessórios, de roupas, e da cueca Calvin Klein reinando e etc e tal. No mundo ursino, não rola isso. Da marca. Né? Mas tem um tipo de roupa que começou a se associar, a se construir muito. Volto a dizer, por uma mimese do que é feito fora. Porque diga-se, no nordeste, cadê o lenhador? O lenhador que colhe carvão pra fazer fogueira no São João. [Otávio]

Embora ainda de maneira discreta, o mercado de moda parece ter compreendido que vale a pena explorar a estética Bear. Otávio foi mais além: para ele, o fato da Cavalaria ser uma marca paulista, e de São Paulo ser a cidade com maior concentração de Ursos do Brasil, não podem ser lidos dissociadamente.

⁸⁹ Marcas de aparelhos de vídeo games.

[...] E, assim, quando você vai para o referencial de tendência daquela coleção, não há informação da figura do animal urso. Você não vê replicado nas outras marcas, quer dizer, foi uma coisa que ele jogou ali, aleatoriamente... Porque ele sabia que tinha um filão. Porque a Cavaleira é uma marca de São Paulo. Onde a cultura é mais disseminada? São Paulo. [Otávio]

Tanto que a **BearZil** nasceu aonde? São Paulo. Onde você tem mais produtos bear? São Paulo. Onde nasceu a **Yes Sir**⁹⁰ (figura 53)? Que é uma marca de fetiches, de acessórios. Desses fetiches bear de couro. São Paulo. Quer dizer, foi à toa a Cavaleira lançar dentro da coleção de inverno dela 3 – 4 camisas com estampa de urso? Não. Qualquer menção ursina que qualquer marca tenha, vira um estopim de pólvora, que é altamente consumido e rapidamente definido como sendo dos ursos. Talvez seja por uma carência de produtos lotados, por isso tão surgindo essas marcas e já tão descobrindo o filão. Tanto que a festa O Urso, a festa ursina virou moda no Brasil todo. [Otávio]

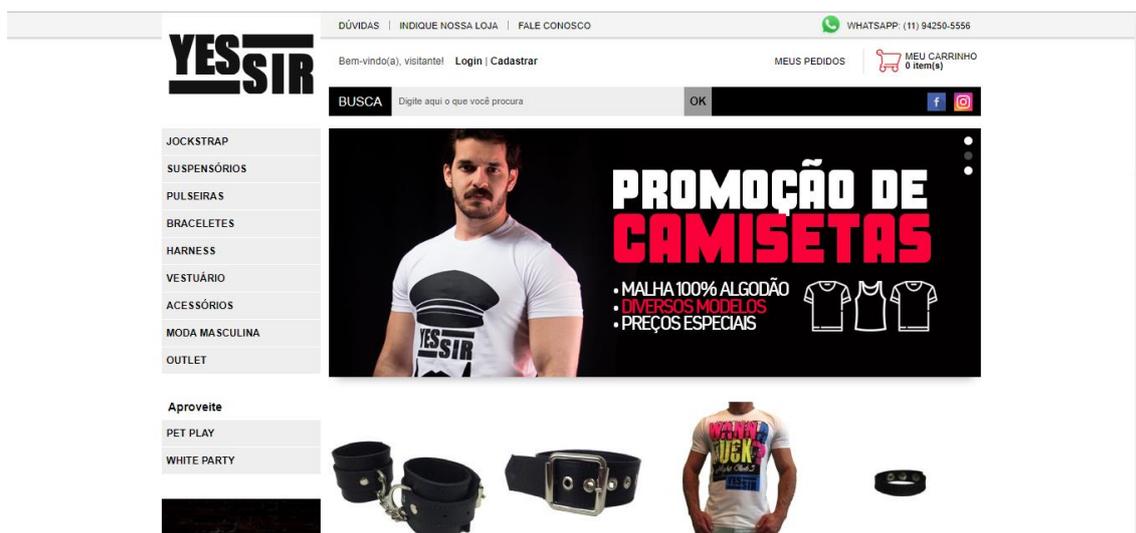
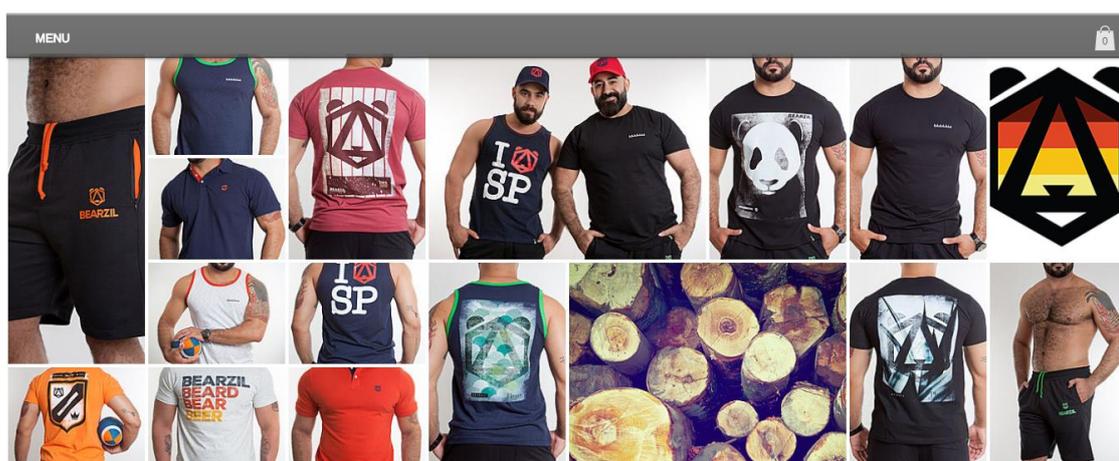
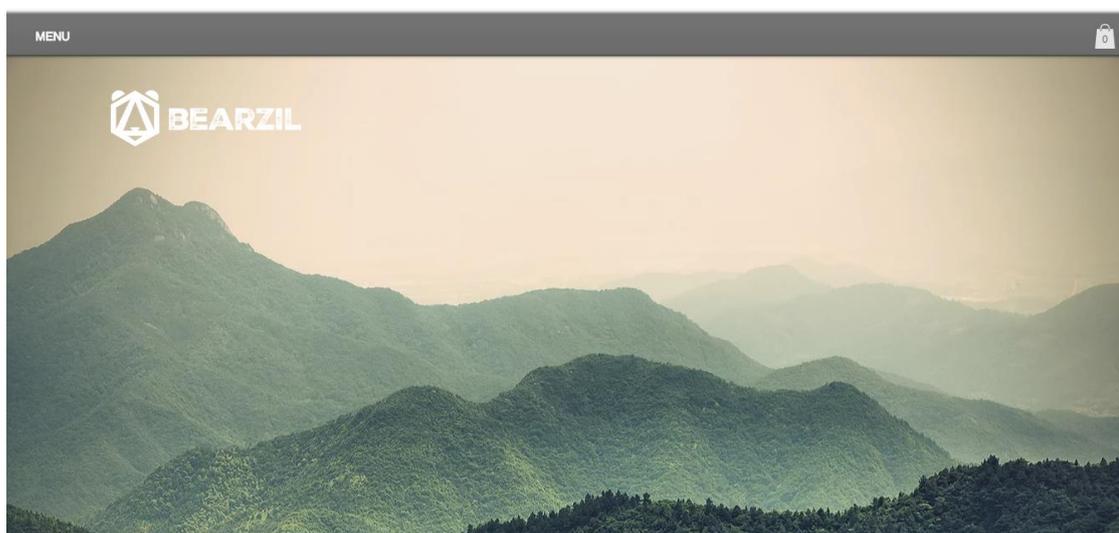


Figura 53. site da loja Yes Sir

Em termos de lazer, muitos Ursos passaram a organizar suas festas, de modo que algumas delas já fazem parte do calendário festivo LGBTQ de algumas cidades. Em Recife tem-se a Bear Celebration, com frequência mensal; em São Paulo, o ABC Bailão (semanal), UrSound (quinzenal), Bigger Party (quinzenal). Em virtude disso, os empreendimentos foram tomando novo fôlego a ponto de surgirem novas marcas de roupas como a Bearzil – Bear Lifestyle in Brazil (SP), produzida por e para Ursos (figuras 54 e 55). Sua oferta de produtos inclui camisas, camisetas, bermudas e

⁹⁰ Loja de artigos masculinos de moda masculina e acessórios em couro para práticas BDSM amplamente consumida pela comunidade ursina.

bonés, e suas modelagens são mais justas, evidenciando braços, peitos e abdômen de seus usuários.



Figuras 54 e 55. site da marca Bearzil

*Ah, a galera usa calça jeans e camisa xadrez, você vai chegar em São Paulo e a galera vai usar calça jeans e camisa xadrez. Ah, o cara tá bombadinho, tá com a camisa de malha e com um ursinho na frente, feito eu to aqui. (risos) Vai ter lá a galera que consome isso. Tanto é a prova que surgiu uma marca: a **BearZil**, de uma galera que fez todo um (inaudível) que eu to tentando comprar, pra você ver como eu to tentando ser um clichê. Tentando comprar a, a... mas assim, esgota. Acho que deve tá vendendo lá em São Paulo. Toda vez que eu entro em contato com eles, 'olha, a gente vai estar lá na boate tal', mas é um lugar lá em São Paulo, uma boate X, um bar X. Eles tem bonés e camisetas, capas de celular... boné, camiseta, capa de celular... sandália, acho que por enquanto só isso aí. Da*

cultura bear, que é tipo a fardinha, feito essa, pra você usar quando você for pra Bigger, pra o USound... (figuras 56, 57 e 58) [Otávio]

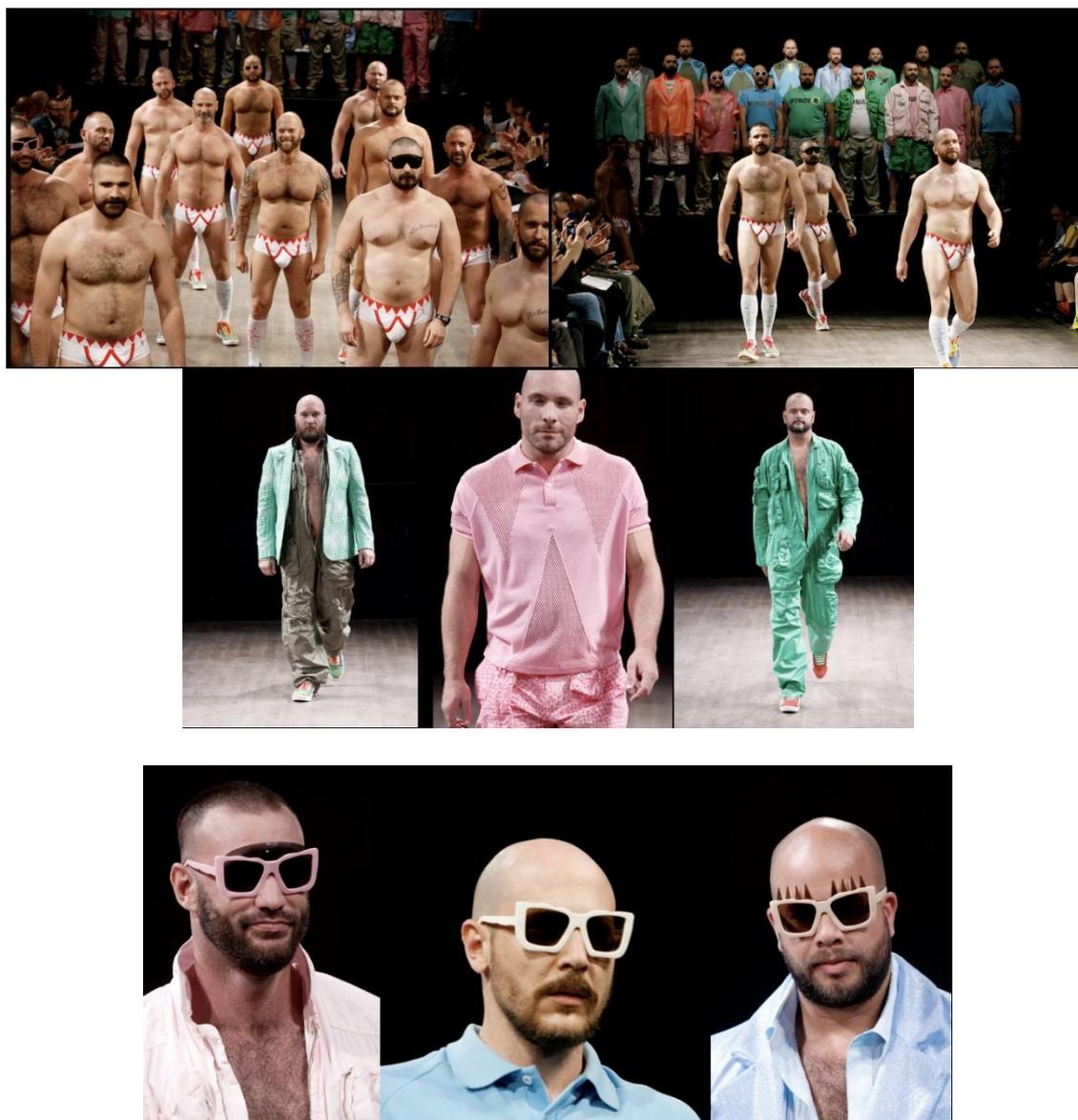


Figuras 56, 57 e 58. Ursos fazem uso de produtos BearZil

Os Ursos parecem acompanhar o surgimento de novas marcas, bem como fidelizar-se àquelas que exploram a estética de sua comunidade. Embora não tenha certeza sobre a pronúncia e escrita de seu nome, Pedro cita o estilista belga Walter Van Beirendonck e a coleção Wonder (figuras 59, 60, 61 e 62), lançada no desfile de primavera/verão 2010.

Desfilada por modelos parrudos, barbudos e peludos (ou seja, Ursos) ao invés dos preferidos magros e longilíneos, a coleção fugiu da tradicional cartela de cores escuras para explorar tons de rosa e verde, texturas de pele de crocodilo e releituras de macacões de salto de paraquedas e de roupas golfe. Nos acessórios, óculos divertidos com spike. Apesar de parecer vanguardista, a coleção foi pensada para vestir de homens tradicionais aos criativos e modernos.

Inclusive, se eu não me engano, um estilista belga, que eu esqueci o nome dele, que lançou uma coleção voltada pros ursos, né. agora caríssimas as roupas. Mas isso faz tempo, foi em 2012, eu acho. É uma coleção bem antiga. O nome dele é muito complicado... [...] a roupa é incrível dele pros ursos. Bárbaras. [...] Ah, achei, Walter Van.. [...] Ele é um estilista belga que lançou essa coleção, Wonder, em 2012. Ou é 2011 ou é 2012, vi, que ele lançou essa... acho que até antes, não é nem isso. É bem antigo, é 2008, sei lá. Ele desfilou na Paris Fashion Week. [...] Joh "a marca fugiu do visual estereotipado moleton, camisetas e camisas folgadas, com cores sem vida"... é bem legal. Pesquise sobre este estilista, dessa coleção específica. [Pedro]



Figuras 59, 60, 61 e 62: Imagens da coleção Wonder, do estilista Belga Walter Van Beirendonck, inspirada na comunidade ursina. Fonte: <https://dressedfordinner.wordpress.com/2010/05/29/walter-van-beirendonck-bears/>

A estética da heteronormatividade dominante, ou do “macho” vem se ampliando e popularizando nos espaços de moda, mídia, consumo e estética – sejam eles homoafetivos ou não.

Na comunidade ursina, cremos que esta valorização é reflexo de um processo de investimento e ressignificação de uma identidade homoafetiva diferente dos padrões canônicos valorizados em espaços LGBTQ. Esta, por sua vez, abarca aspectos comportamentais (performatividade viril) e estéticos (relacionados à construção do

corpo e da imagem pessoal – peso, pelos, consumo de artefatos específicos, certa relação com marcas de moda consagradas e inovadoras que contemplam as necessidades expressivas da estética ursina), daí a sua complexidade.

Estabelecer um contato mais próximo com alguns membros da comunidade ursina recifense possibilitou a compreensão de diversos aspectos de sua vida social, e do modo como ela influencia nos seus processos identitários. O desafio de investigar esta subcultura mostrou o quão importante é entender os contextos sociais, culturais e históricos de seu público (em especial sua especificidade regional), assim como também a valorizar ainda mais a força dos bens de consumo (em especial os de moda) na construção de processo de identificação individuais e de grupo.

6 RESULTADOS

Ser Urso é mais que um estilo de vida. Trata-se de um exercício diário de construção de uma identificação individual e de grupo, com ideias que circulam socialmente de forma majoritária, e com as estratégias para sua transgressão. Estudar a comunidade ursina no contexto localizado da cidade do Recife é, especialmente, compreender que a mesma se desenvolveu e se perpetua dentro da condição de uma reprodução social (Bourdieu, 2012a; 2012b) na qual o “macho” viril ocupa um espaço de dominância sobre tudo aquilo que representa feminilidade (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2013).

Este sistema remonta ao início do século XX, segundo Albuquerque Júnior (2013), no qual a imagem do nordestino se contrói a partir de uma identidade regional e de uma identidade gênero. A construção deste sujeito (BUTLER, 2015) é pautada num sistema político majoritariamente masculino e androcêntrico, no qual a figura do pai “brucutu” e violento ocupa lugar de destaque.

No citado contexto, é visão recorrente que o masculino e o feminino são os únicos sexos/gêneros (BUTLER, 2015) possíveis e que ao primeiro recaem as características de poder e força, de modo que cabe ao líder da casa a responsabilidade de zelar pela “normalidade” de seus filhos. Ou seja, não é aceito, sob hipótese alguma, nenhum tipo de corpo abjeto ou gênero ininteligível (BUTLER, 2015), de modo que se um de seus herdeiros apresenta qualquer característica de “pederastia”, cabe a ele agir de maneira a evitar que aquele menino se torne uma “bichinha”.

O corpo é construído a partir de um sistema político (majoritariamente masculino), e a experiência *dóxica* (natural) leva a crer que o sujeito nordestino é aquele que já nasce com as características de seu mundo social em seus corpos (BOURDIEU, 2012a).

Isto posto, foi recorrente nas narrativas dos Ursos entrevistados o fato de perceberem-se gays ainda na infância, com 7 anos. Esta descoberta também vinha associada da percepção da razão a qual eram vítimas de violências de diversas ordens (físicas e simbólicas) dentro e fora de casa.

Para além das violências de ordem homofóbica, outro principal influenciador da construção da identidade ursina é a violência de ordem gordofóbica. A literatura militante, assim como nossos entrevistados, foram bastante claros ao afirmarem as exclusões sofridas por muitos Ursos em espaços LGBTQ em virtude de sua gordura corporal. É uníssono a todos os nossos informantes o apagamento sofrido em festas gays por não possuírem o corpo desejável (magro, sarado, sem pelos e jovem, característico dos gays Barbie). Assim, se em espaços heteronormativos ser gay constitui um problema, em ambiente homoafetivos não é desejável engordar e envelhecer. Para os Ursos trata-se de uma dupla dificuldade.

Datada da década 1980, aproximadamente, a subcultura ursina surgiu como forma de dar outro sentido à vida de homens gays, gordos e peludos. Tomando força a partir dos meios digitais, com comunidades virtuais e rodas de discussão via web, a comunidade dos Ursos expandiu-se dos Estados Unidos para o mundo (MARMOLEJO, 2004). No Brasil, esta subcultura tem nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro o maior número de membros, de modo que estes exercem grande influência ao nível de estética e lifestyle sobre os membros residentes em outros estados do país (ênfase em Pernambuco).

Os Ursos possuem uma *virtus* (BOURDIEU, 2012a) partilhada por seus membros: ao mesmo tempo que reivindicam virilidade e masculinidade, também são detentores de características como nobreza, gentileza e honra. Sua ambivalência é notória e sedutora, e os predicados descritos os confere aquilo que nomeamos de transitabilidade.

Trata-se de uma capacidade de circular e transitar em diferentes espaços sem que necessariamente sejam apontados como gays (e Ursos). Embora exista um código do vestir e de se comportar por parte de seus membros, há um esforço em evitar o estereótipo em espaços não ursinos (como ambientes laborais ou no dia a dia, por exemplo).

É interessante que quando questionados sobre o que era ser Urso, todos os nossos informantes pareceram não conseguir explicar em termos de estilo de vida, mas foram categóricos em descrever a estética. Afirmaram, também, possuir um guarda roupa Bear, ou seja, com roupas e acessórios a serem usados em espaços de sociabilidade e flerte ursinos.

À medida que se identificaram com o grupo, passaram a trabalhar na em sua imagem, na ideia de pertencimento: ser Urso é, sobretudo, ser visto como tal, ou seja, vestir-se e portar-se a partir de um esquema esperado (checklist) que envolve desde marcas de roupas a modelagens, texturas, cores, cultivo dos pelos etc. Quem se recusa a participar sofre as sanções cabíveis nos espaços de celebração ursina (tal qual recebiam na comunidade LGBTQ, fora do universo ursino).

Isso se reverbera naquilo que Clarke e Miller (2002) chamam de ansiedade na moda: o medo de ser malvisto pelos seus pares em virtude da escolha equivocada dos artefatos desta ordem. Assim, a descoberta de uma vaidade, que dantes não existia (passou a surgir quando passaram a se ver atraentes para outros membros da comunidade ursina), muitas vezes levou seus membros a um forte consumismo (com gastos que chegaram a R\$5.000,00 (cinco mil reais) em roupas no caso de Pedro, e que fez com que Rafael tivesse seu CPF colocado no Serviço de Proteção ao Crédito devido às dívidas de seu cartão).

Existe um reforço constante de sua identidade a partir de um investimento na imagem. A razão e consequência disso: visam o aumento de seu capital social (BOURDIEU, 2012a). O conceito de construção identitária apregoado por Cuche (1999) se aplica aos entrevistados: ser Urso é mais que sentir-se um, é ser visto como tal pelos outros (em especial os membros do grupo). Por isso a importância de evitar cometer erros no momento das escolhas das peças a serem utilizadas.

O processo ritual (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2006; MCCRACKEN, 2003) do qual os objetos da cultura material (MILLER, 2013; 2007; 2001) fazem parte dá sentido ao fluxo de acontecimentos e cria padrões de discriminação de seus usuários. Além do peso corporal, dos pelos e da performatividade hipermasculina, dentro do checklist de elementos que compõe a identidade ursina estão a estratégia pela busca da imagem do homem rústico e, por isso, a boa relação de todos os entrevistados com a moda e o consumo.

Assim, objetos retrô, estampas com imagem do animal urso que serve de emblema à subcultura, cores escuras (herança de quando precisavam “esconder” o peso), consumo de marcas específicas (Cavalera, Calvin Klein etc.), uso de couro, acessórios grandes (anéis, relógios, pulseiras), modelagem skinny ou reta para calças, camisas Polo e de algodão (ambos sempre justos para evidenciar tórax,

nádegas, coxa e pênis) são características estético-formais importantes para o seu objetivo: ser “consumido” (desejado) pelos outros Ursos.

Os Ursos “vestem a roupa do agressor”, ao mesmo tempo que o mimetizam (BUTLER, 2015). A hipermasculinidade reivindicada atua como um processo de autoproteção e fuga - das violências físicas e simbólicas exercidas pela família, Estado, Igreja e Escola (BOURDIEU, 2012a) - e também como uma forma de se vestir de acordo com aquilo que os atrai sexualmente - homens rudes que exalam testosterona (MARMOLEJO, 2004; HENNEN, 2008; DOMINGOS, 2010).

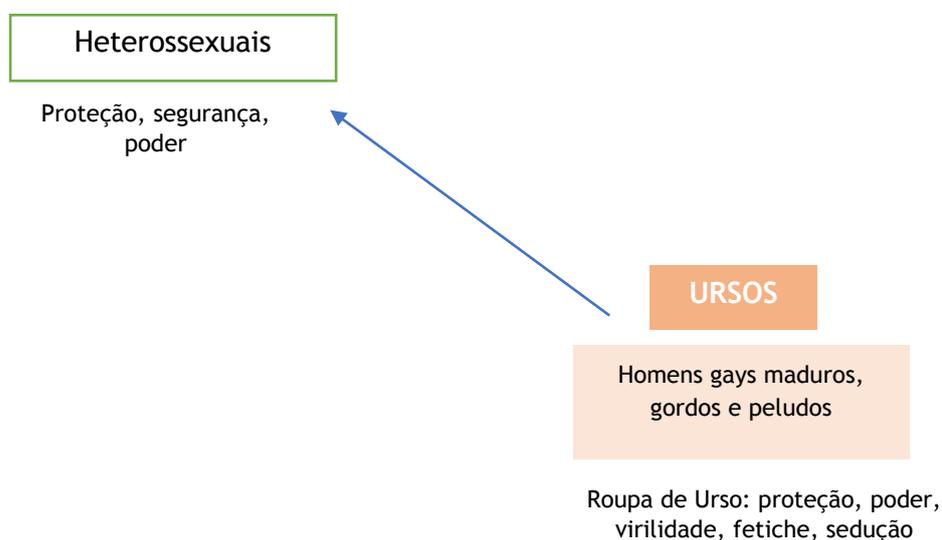


Figura 63: Esquema criado para sintetizar a lógica de construção imagética do Urso recifense.

Estes fatos fizeram com que passassem a ser vistos como um estratégico “filão” de mercado, de acordo com Otávio. Para ele, o fato de muitas marcas colocarem estampas de ursos em suas camisas (mesmo quando não fazem parte do tema da coleção apresentada) é um importante termômetro. Também se fala de marcas criadas por Ursos para Ursos. Ainda que seja um mercado inexpressivo, tem havido um crescimento de empreendimentos de moda desenvolvidos para este público.

Os diversos estereótipos masculinos (CRAIK, 1993) desenvolvidos pela mídia como estímulo ao consumo de moda por parte dos homens, associados ao aspecto de criatividade que a “moda gay” apresenta (STEELE, 2003), tem gerado códigos para que os membros da comunidade LGBTQ possam se reconhecer nas ruas -, que tomam força nos dias atuais. Um exemplo disso é o surgimento de marcas como a Bearzil ou a Yes Sir!.

Soma-se a isso o processo de aprendizado sobre “como ser um Urso”: a “Escola de Ursos”, como preferimos chamar. Brincadeiras à parte, o estímulo ao consumo de peças que conferem a possibilidade de identificação com a cultura ursina, leva os novos membros (em especial os jovens, com cerca de 20, 21 anos) a buscar nos Ursos mais maduros da comunidade (e detentores de grande poder simbólico neste campo) um relacionamento afetivo-sexual. O objetivo: adquirir orientações sobre como se tornar um Urso, absorver seus traços identitários. Isto implica em dicas sobre como articular peças de indumentária, acessórios, marcas a serem consumidas, formas de cuidar dos pelos corporais etc.

Entende-se que a comunidade ursina (em especial a recifense) é, sobretudo, sobre ressignificação. Existe a ostentação de um orgulho de sua orientação sexual (apesar das violências sofridas no contexto da socialização típico e tradicional dos homens nordestinos), da sua forma física e de sua maturidade; e isso é grandioso!

O Estado de Pernambuco ainda possui o ranço de ser extremamente machista. Ainda hoje a comunidade LGBTQ (injustamente) é vista como espaço de desregramento sexual; ser gordo ainda é uma forma de sofrer sanção social (em espaços homoafetivos e heteronormativos); envelhecer (especialmente em espaços homoafetivos) é tido como símbolo de decadência. São muitas superações!

Os Ursos foram capazes de criar sua própria rede de apoio e valorização. Expressivo dessa ideia foi a fala de Otávio, ao parafrasear um trecho da música Vaca Profana, de Caetano Veloso: “Respeito muito minhas lágrimas, mas muito mais minhas risadas!”. Esta comunidade é responsável por ser referência de acolhimento à alteridade e de empoderamento, em especial daqueles que ao se olharem no espelho, vislumbram um corpo distante dos padrões canônicos de forma e beleza.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desenvolver esta investigação foi gratificante em virtude dos aprendizados em diversas ordens: ao nível acadêmico e humano. Propor-se a compreender a dinâmica de uma subcultura LGBTQ é lidar com contexto, história, valores e significados. É ter em mente que os aspectos simbólicos de uma estrutura social constantemente fazem parte do universo das pessoas, mesclando-se com artefatos.

Chegar a esta etapa final é sentir o gosto de vitória, mas especialmente, por ter contribuído para um maior conhecimento das dinâmicas sociais da comunidade ursina e de suas complexidades. É, sobretudo, sentir-me fazendo parte de uma parcela de pessoas que se coloca à disposição para lutar pelo que considera justo em tempos de retrocesso social, é poder divulgar as múltiplas possibilidades do ser humano e saber agir com respeito e empatia diante deste espectro de diferenças.

Retomando as hipóteses que me direcionaram durante toda a investigação, observou-se que a indumentária e a produção corporal, associada a uma performatividade hipermasculina, dos Ursos recifenses contribui para que sejam facilmente confundidos com homens heterossexuais pernambucanos. Isso se dá em virtude da estrutura social da qual fazem parte, que se caracteriza por ser androcêntrica e repleta de heranças patriarcais, no qual a imagem do “macho” viril é amplamente valorizada.

Soma-se a isso, as diversas violências de ordem simbólica e física vividas durante a infância e adolescência, de modo que esta performatividade é também uma forma estratégica de se portar para ver-se livre da homofobia. Desta maneira, a indumentária ursina permite aos seus membros certa transitabilidade, possibilitando que possam circular em diversos espaços sem que necessariamente precisem anunciar sua orientação sexual, sendo facilmente “confundidos” com heterossexuais.

Por serem os Ursos investigados homens homossexuais que rechaçam a imagem do gay afeminado (Barbie), optando por performar virilidade e poder, atraindo-se pelas mesmas características, não espanta o fato de que a imagem de poder e força presente em seu imaginário fosse a do “macho nordestino”. Esta condicionante regional, associada à filosofia de vida da comunidade ursina em sua origem, conferiu à subcultura ursina recifense características que lhes são próprias (ao ponto de

muitas vezes serem acusados de não “saberem ser Ursos”, especialmente por membros mais antigos da comunidade, e que estão em constante contato com Ursos do Sudeste do país).

Cabe pontuar que se vestir como Urso, ao contrário do que imaginei, não é durante todo o tempo vestir-se de maneira estereotipada, ou seja, com camisa de flanela xadrez ou como o típico lenhador norte americano, mas sim, preparar-se para utilizar os artefatos específicos em contextos que lhes são próprios: como espaços de sociabilidade e lazer da comunidade.

Entende-se que a indumentária ursina, além de ser estrategicamente utilizada, pressupõe uma noção de ritualidade da posse e da arrumação, no qual se acredita que as características simbólicas dos objetos (tal qual a força do animal urso, amplamente explorada em estampas de camisetas) e as formas de produção corporal (corpo e vestuário) construídas a partir dos códigos de identificação ursina, serão transmitidas aos seus usuários, permitindo que passem pelo escrutínio público de seus pares sem que se corra o risco de qualquer tipo de constrangimento social.

Ser Urso é passar por um sistema de aprendizado constante, ao ponto de existir um sistema de tutoria por meio de relações afetivo-sexuais entre os membros veteranos e os aspirantes a Ursos (normalmente homens jovens). É preciso lembrar também, que se trata de uma subcultura que se reinventa, tal qual os sistemas culturais e simbólicos, de modo que a estética deste grupo não mais significa o consumo de artefatos ao estilo estético clássico. Tem-se na atualidade uma vasta quantidade de Ursos que se vestem ao estilo que nomeamos moderno-esportivo, e que arriscam estampas, cores e sobreposições mais ousadas, além do uso de acessórios e produtos de beleza.

Em sua imensa complexidade, a subcultura ursina envolve noções de campos de poder, violência e dominação simbólica, a adaptação a uma estrutura rígida por meio de uma performatividade hipermasculina, processos de construção de identidade pautados numa ritualidade e, sobretudo, sobre a história das diversas formas de ser homem hétero e homossexual.

Trabalhos futuros sobre este mesmo tema podem incluir maiores debates sobre o modo como a comunidade Bear se apresenta em outros estados do Brasil, em especial aqueles que exercem maior influência sobre a comunidade ursina recifense

(São Paulo e Rio de Janeiro, por exemplo). Observar suas especificidades sociais, culturais e regionais, bem como o modo como elas influenciam a forma como este público lida com a indumentária, pode fazer com que surjam pontos de convergência ou divergência em relação aos ursos recifenses, especialmente na forma como usufruem dos artefatos de moda.

Penso também que esta investigação possibilita que sejam realizadas diversas investigações sobre a mediação simbólica dos artefatos de moda e design em outras subculturas (homoafetivas ou não) presentes no estado de Pernambuco e no Brasil.

Fazer uso de ferramentas teóricas e metodológicas das ciências sociais como forma de somar a um campo tão amplo e interdisciplinar como o design tem ganhado cada vez mais força em *bureaus* de pesquisa de tendência de moda e comportamento. A compreensão das complexidades coletivas e individualidades das sociedades contemporâneas é deveras estratégico, convertendo-se não apenas em ganhos econômicos, mas também naqueles que se referem aos sociais e culturais, como, por exemplo, na ampliação de informações sobre formas de viver não dominantes e hegemônicas.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE JÚNIOR, D. M. **Nordestino: invenção do “Falo” – Uma História do Gênero Masculino (1920 – 1940)**. São Paulo: Intermeios, 2013
- BARBA RIJA. Direção e Produção de André Murraças. Lisboa: Metamorfose Total, 2014. Disponível em: < <https://barbarijatv.wordpress.com/>>. Acesso em 09 jan 2018.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BARNARD, M. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BENTO, A. (2012, Maio). Como fazer uma revisão da literatura: Considerações teóricas e práticas. **Revista JA (Associação Académica da Universidade da Madeira)**, nº 65, ano VII (pp. 42-44). ISSN: 1647-8975.
- BORTOLUCI, J. H. RAZÃO PRÁTICA, PERFORMATIVIDADE E CRIATIVIDADE SITUADA: tensão e complementaridade entre três paradigmas da ação. **Revista de Ciências Sociais**. N. 40, pp: 63 – 85, Abril de 2014.
- BOURDIEU, P. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012a.
- _____. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012b.
- BUTLER, JUDITH. **Problemas de Gênero: Feminismo e Subversão da Identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.
- CALDAS, M. A. E. **Estudos de Revisão de Literatura: Fundamentação e Estratégia Metodológica**. São Paulo: HUCITEC; [Brasília] : INL Fundação Nacional Pró-Memória, 1986.
- CAPARICA, M. Você não é Urso: guia prático para autoidentificação dentro da cultura Bear. **Lado Bi – Cultura e Cidadania LGBT na Real e com Local**, 2015.

Disponível em: <<http://ladobi.uol.com.br/2015/12/guia-urso-bear/>>. Acesso em 17 fev. 2018.

CAVALCANTE et al. Análise de Conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. **Inf. & Soc.:Est.**, João Pessoa, v.24, n.1, p. 13-18, jan./abr. 2014

CARDOZO, M. A construção Emocional das Marcas: o uso de arquétipos e estereótipos. **Revista IMES**. PP: 68-76, julho/dezembro, 2004.

CERQUEIRA, P.; SOUZA, E. Laclau, sexualidade e os corpos: análise das subjetivações ursinas. **Psicologia & Sociedade**, v. 27 (2), p. 267-279, 2015.

CLARKE, A; MLLER, D. Fashion and Anxiety. **Fashion Theory**. 6:2, PP: 191-213, 2015.

COLE, S. **Don We Know Our Gay Apparel: Gay Men's Dress in the Twentieth Century**. Oxford: Berd, 2000.

_____. Queerly Visible: Gay Men, Dress, And Style 1960 – 2012. In: STEELE (Org). **A Queer History of Fashion: From the Closet to the Catwalk**. New York: Fashion Institute of Technology New York, 2013.

CRAIK, J. **The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion**. London: Routledge, 1993.

CRANE, D. **A Moda e Seu Papel Social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

_____. Apuntes Sobre La Moda y La Identidad Social. In: GONZÁLEZ, A.; GARCÍA, A. **Distinción Social Y Moda**. España: Ediciones Universidad de Navarra, 2007.

CUCHE, D. **A Noção de Cultura nas Ciências Sociais**. Bauru: UDESC, 1999.

DOMINGOS, J.J. **O Discurso dos Ursos: outros modos de ser da homoafetividade**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2010.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O Mundo dos Bens: Para uma Antropologia do Consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

FEHLBAUM, A. Defiantly Fat, Gay, and Sexual: Negotiating Shame of Size and Sexuality. **Sex Roles**, v. 72, p. 262-264, 2015.

FERREIRA, V. S. Arts and tricks of comprehensive interview. **Saude soc.**, São Paulo, v. 23, n. 3, p. 118-130, Sept. 2014. Available from http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902014000300979&lng=en&nrm=iso. Access on 15 Dec. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-12902014000300020>.

_____. **Marcas que Demarcam: Corpo, Tatuagem e Body Piercing em Contextos Juvenis**. 2007. Tese (Doutorado). ISCTE, Lisboa.

HAMMERSELEY, M; ATKINSON, P. **Ethnography: principles in practice**. New York: Taylor & Francis e-Library, 2007.

HENNEN, P. **Faries, Bears and Leatherman: men inn community queering the masculine**. Chicago: The University of Chicago Press, 2008.

JUNIOR, DURVAL. **Nordestino: a invenção do falo**. Uma historiado gênero masculino (1920 – 1940). São Paulo: Intermeios, 2013.

MCCRACKEN, G. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

MAGNANI, J. G. Etnografia como prática e experiência. **Horizontes Antropológicos**, ano 15, n. 32, p. 129-156, jul./dez., 2009.

_____. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 17, n. 49, p. 11-29, 2002.

MARMOLEJO, JAVIER GUTIÉRREZ. **De Osos, Cachorros, Daddies, Chubbies, Nutrias, Lobos y Chasers: Masculinidad, cuerpo e Identidad entre Varones Gay Del Club Osos Mexicanos**. 2004. 228 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Antropologia Social). Escuela Nacional De Antropología e Historia (E.N.A.H.), México, D.F., 2004.

MILLER, D. **Trecos, Troços e Coisas: Estudos Antropológicos sobre a Cultura Material**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. Consumo como Cultura Material. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

_____. **Home Possessions: Material Culture Behind Closed Doors.** Oxford / New York: Berg, 2001.

MINAYO, MARIA CECÍLIA (org). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade.** Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MORA, E. Los Recursos Identitarios de los Hombres Jóvenes, Entre la Aparencia y el Ser. In: In: GONZÁLEZ, A.; GARCÍA, A. **Distinción Social Y Moda.** España: Ediciones Universidad de Navarra, 2007.

MOSKOWITZ, D.; TURRUBIATES, J. LOZANO, H., HAJEK, C. Physical, Behavioral, and Psychological Traits of Gay Men Identifying as Bears. **Archieve of Sex Behavior**, 2013.

NAULLS, K. Walter Van Beirendonck BEARS All for S/S 2010. **Dressed For Dinner: Home of Bearded,** 2010. Disponível em <<https://dressedfordinner.wordpress.com/2010/05/29/walter-van-beirendonck-bears/>>. Acesso em 09 jan. 2018

PEIRANO, MARISA. **A favor da etnografia.** Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.

_____. A análise Antropológica de Rituais. **Série Antropologia 270.** Brasília, 2000. Disponível em: <http://www.unb.br/ics/dan/Serie270empdf.pdf>. Acesso em: 14jan, 2009.

SAHLINS, MARSHAL. **Cultura e Razão Prática.** Rio de Janeiro: Jorge Zahr, 2003.

SALIH, SARA. **Judith Butler e a Teoria Queer.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

SCHILT, K. Faeries and Bears and Leathermen, Oh My! Gay Men Rethinking, Reclaiming and Reifying Masculinities. **Sex Roles**, v. 61, p. 144-145, 2009.

SILVA, SOLANGE. Vestuário: Comunicação e Cultura. In. **Líbero.** Ano IV, vol 4, nº. 7-8, pp. 80 – 85, 2001.

STEELE, VALERY. **A Queer History of Fashion: from the closet to the catwalk.** New York: Fashion Institute of New York, 2013.

SURESHA, J. **Bears on Bears.** 2002.

TEXTOR, A. Organization, Specialization, and Desires in the Big Men's Movement: Preliminary Research in the Study of Subculture Formation. **Journal of Gay, Lesbian, and Bisexual Identity**, v. 4, n. 3, p.217-239, 1999.

WHERE THE BEARS ARE. Direção e Produção de Douglas Langway. Los Angeles: 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/WhereTheBearsAre/videos>>. Acesso em 09 jan 2018.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTAS

A | Apresentação

1. Nome, idade, onde mora, grau de escolaridade, profissão
2. Peso, altura. Como descreveria seu tipo físico?

B | Comunidade LGBTQ + Ursos

3. Como se deu o processo de descoberta de sua orientação sexual? E sua “saída do armário”?
4. Enfrentou dificuldades? Quais?
5. Insere-se em algum grupo de convivência gay? Qual? Por que?
6. Como definiria o grupo ao qual se insere? Por favor, descrever comportamento/lifestyle, características físicas.
7. Conhece a história da subcultura ursina? Se sim, contar um pouco da história dela?
8. Já teve contato com esta subcultura em outras cidades ou países? Como foi a experiência?
9. Como descreveria o grupo que se identifica com ursos aqui na cidade do Recife? Percebeu alguma especificidade?

C | Subcultura Bear em Recife

10. Tem conhecimento da história desta subcultura no Recife? Poderia contá-la?

[Pedir para que pontue: de que consiste essa vivência; pessoas e locais chave]

D | Estética Ursina

10. Como escolhe suas roupas e acessórios?
11. Qual a relação desta subcultura com moda? E a sua?
13. Possui preferência por alguma cor, estampa, modelagem, tipo de tecido ou peça?

14. O que não usaria de forma alguma? Por que?
15. Quais as lojas em que costuma comprar roupas e acessórios?
16. Possui algum “ícone fashion” para referência?
17. Como acha que a indumentária dos que se identificam como ursos atua frente a outras subculturas gays? E aos heterossexuais?