

José Domingos

O DISCURSO DOS URSOS

Outros modos de ser da homoafetividade

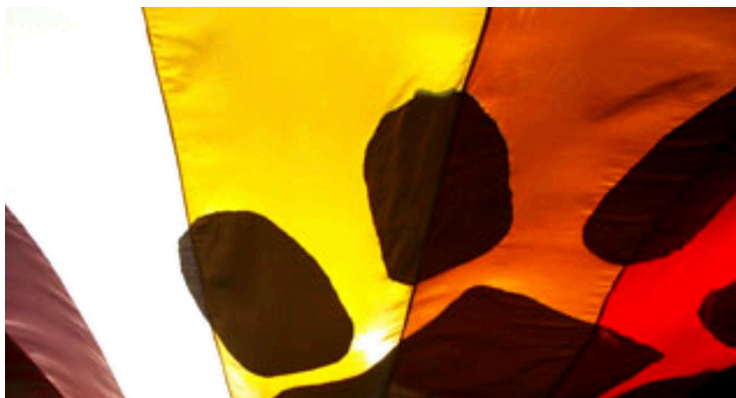


4a. edição

José Domingos

O DISCURSO DOS URSOS

Outros modos de ser da homoafetividade



Marca de Fantasia
Paraíba, 2021 - 4a edição

O discurso dos ursos: outros modos de ser da homoafetividade

José Domingos

Série Veredas, 13 - 4a edição - 2021



MARCA DE FANTASIA

Rua João Bosco dos Santos, 50, apto. 903A
João Pessoa, PB, Brasil. 58046-033
marcadefantasia@gmail.com
<https://www.marcadefantasia.com>

A editora Marca de Fantasia é uma atividade da Associação Marca de Fantasia (CNPJ 09193756/0001-79) e do NAMID - Núcleo de Artes e Mídias Digitais, projeto de extensão do Departamento de Mídias Digitais da UFPB

Editor/Designer: Henrique Magalhães

Conselho Editorial

Adriana Amaral - Unisinos/RS; Adriano de León - UFPB;
Alberto Pessoa - UFPB; Edgar Franco - UFG; Edgard Guimarães - ITA/SP;
Gazy Andraus, Pós-doutoramento na FAV-UFG; Heraldo Aparecido Silva - UFPI;
José Domingos - UEPB; Marcelo Bolshaw - UFRN; Marcos Nicolau - UFPB;
Marina Magalhães - Universidade Federal do Amazonas - UFAM;
Nilton Milanez - UESB; Paulo Ramos - UNIFESP;
Roberto Elísio dos Santos - USCS/SP; Waldomiro Vergueiro, USP

Capa: HM sobre imagem de arquivo da internet

Imagens usadas exclusivamente para estudo de acordo com o artigo 46 da lei 9610, sendo garantida a propriedade das mesmas a seus criadores ou detentores de direitos autorais.

ISBN 978-65-86031-43-0

O corpo não é um lugar sobre o qual uma construção tem lugar, é uma destruição que forma o sujeito. A formação desse sujeito implica o enquadramento, a subordinação e a regulação do corpo. Ela implica igualmente o modo sobre o qual esta destruição é conservada (no sentido de sustentada e embalsamada) na normalização.

Judith Butler

Sumário

Apresentação	6
1. O que é um urso?	11
2. O movimento ursino	19
3. O urso dos trópicos - o movimento ursino no Brasil	30
4. Práticas de constituição do urso	39
4.1. O urso e seus outros	39
4.2. Marcas no corpo, marcas de si - a inscrição discursiva do urso	42
4.3. Marcas do dizer e de <i>si</i> dizer - a iconografia do urso	50
4.4. <i>A bear friendly</i> : a amizade como modo de vida	61
5. Por enquanto	68
Glossário	73
Referências	75



Apresentação

Este livro, assim como o anterior *Discurso, poder e subjetivação: uma discussão foucaultiana* (2009), tem origem a partir da minha dissertação de Mestrado defendida no Programa de Pós-Graduação em Linguística – PROLING – da Universidade Federal da Paraíba. Diferentemente do primeiro trabalho, cujo texto original teve a inserção analítica de novas materialidades discursivas da mídia, neste, o texto está integralmente na redação do trabalho apresentado no mestrado.

Desse modo, o embasamento teórico e conceitual da pesquisa está na perspectiva interdisciplinar da Análise do Discurso (AD), com ênfase nas discussões em torno do sujeito, discurso e enunciado. A figura de Michel Foucault é central neste ponto do trabalho: suas formulações sobre o sujeito e o poder atravessam todo o corpo da pesquisa indo dos modos de subjetivação, passando por biopoder, dispositivos da sexualidade, questão gay e teoria *queer*¹.

O conteúdo deste livro historiciza o sujeito homoafetivo *urso* (como uma representação das diferentes subculturas no interior do universo gay) concomitante à análise dos dados reunidos na pesquisa. Chama-se a atenção aqui também para a emergência do urso no Brasil e a questão das masculinidades.

Como uma destas subculturas, os denominados *Bears* (ursos) têm nos últimos anos ganhado visibilidade na mesma proporção

1. Uma exposição teórica desses conceitos foucaultianos encontra-se em *Discurso, poder e subjetivação: uma discussão foucaultiana* (DOMINGOS, 2009), publicado também por esta editora.

que adeptos. Este grupo surgiu como um segmento, de certo modo alternativo, no interior da comunidade homossexual estabelecida. Não há um dado preciso do surgimento dos primeiros grupos de homens a se organizar sob esta designação de urso, mas de acordo com o site dos ursos de Minas Gerais, nos anos 1960 já havia registro de um “Clube dos ursos” na cidade de Los Angeles. A grande propagação dos ursos pelo mundo se deu nos anos 1980 impulsionada pela chegada dos serviços *on-line*. A cidade americana de São Francisco foi uma das primeiras a ver surgirem os bares cujos frequentadores eram homossexuais que se sentiam fora daquele padrão da cultura gay de homens que se ajustavam a uma norma corporal particular (magro, liso, malhado e jovem).

Dos primeiros bares em cidades dos Estados Unidos até chegar às centenas de grupos, hoje organizados mundialmente e ao imenso número de *sites* na internet dirigidos aos *bears*, parece ter passado bem mais tempo do que realmente se passou. Foi necessário menos de três décadas para que os ursos se constituíssem como mais uma subjetividade no universo homoafetivo. Este fato é exposto à vista nos números relativos a alguns dos sites da comunidade *bear*. A *home page bear411.com* é um dos endereços eletrônicos mais populares entre os *bears* do mundo todo. Logo na página inicial, um display registra: 137.515 membros. Este número de seis algarismos (representativo, a considerar que se trata de uma comunidade alternativa no interior do movimento gay), abriga tanto ursos estadunidenses ultramodernos, quanto ursos de países do Oriente Médio como Iraque e Arábia Saudita, onde predominam as tradições da cultura islâmica e suas severas sanções às práticas homoeróticas.

A visibilidade do movimento homossexual nas últimas décadas impulsionada por uma ordem sociocultural notadamente em trans-

formação permitiu uma ambiência histórico-cultural mais permissiva às práticas da homoafetividade. Partindo disso, e em consonância com o arcabouço teórico-analítico já mencionado, elegi a figura do urso, como um elemento presente dessas transformações, para através dele examinar que práticas de constituição de si contribuem no processo de subjetivação dessa figura homoafetiva.

Para esta feita, surge a necessidade de definir uma conjuntura favorável a esta investigação, preferindo-se trabalhar com as mídias *on-line* e impressa. Neste último caso, utilizou-se particularmente o material fotográfico veiculado em publicações dirigidas aos LGBTs, como *DOM* e *Aimé*. O conteúdo destas revistas fará um contraponto analítico com o material discursivizado nos *sites* dos *bears*. O texto dos *profiles* será reproduzido aqui seguindo o conteúdo léxico-sintático literalmente, conforme se apresenta nas páginas da web.

Dentre estes *sites*, dois em particular serviram de orientação: o *bear411.com* e o *ursos.com.br*. A escolha de um site americano e um brasileiro respectivamente, se configura menos numa tentativa de análise comparativa dos *profiles* inscritos em um e no outro, e mais para buscar uma compreensão mais aproximada de como se comportam esses sujeitos homoafetivos, uma vez consideradas as diferentes condições sócio-históricas de produção em que eles atuam.

Por representar espaços de socialidade dos *bears*, estes sites possibilitam a troca de informações e vivências entre os ursos nos diversos pontos do mundo. Mesmo oferecendo ferramentas que permitam uma busca com o máximo de detalhe geográfico, anatômico e preferência sexual de um perfil, predomina nestes locais a heterogeneidade da comunidade *bear* em todos esses aspectos citados. Pensando nesse caráter heterogêneo que marca o universo dos ursos, optou-se por abranger a análise da pesquisa a outros enun-

ciados e seus componentes de linguagem presentes nos sites, e não apenas os textos dos *profiles*.

A escolha do material midiático virtual para o *corpus* se deu *a priori* por seu caráter histórico, mas não apenas por isso. Foi ainda por o site se configurar no espaço discursivo pelo qual o homoafetivo urso sustenta e dá sentido a sua subjetividade, mesmo com as inflexões próprias a qualquer *corpus*. Considerar que o *corpus* funciona de maneira opaca, numa rede relacional descontínua e heterogênea tem sido uma preocupação dos estudos do discurso. Desse modo, a estruturação do *corpus* nesta pesquisa deve-se a um princípio de historicidade, ou seja, ao enorme crescimento dos serviços *on-line* como instauradores de uma nova ordem intersubjetiva para os relacionamentos homoafetivos. Isto fica exposto à vista na inumerável quantidade de endereços na internet destinados aos *bears*.

A hibridização das expressões languageiras (verbal, iconográfica, acústica) presentes nestes sites impede que se limite a análise aqui desenvolvida nesta ou naquela expressão. Assim, algumas fotografias ou outros ícones relativos aos ursos compõem também o *corpus* do trabalho. Pois como já pondera Foucault (2008), é preciso inquietar-se diante de recortes e agrupamentos que só mostram familiaridades. Uma classificação prévia do *corpus* pode silenciar fragmentos na análise.

Em vista do exposto, esta pesquisa desenvolveu-se entremeada por uma série de questões: Que modos de subjetivação se apresentam discursivamente nos sites de relacionamento aos ursos, que os particularizam no interior do universo homoafetivo? Diante desta questão central, outras indagações mostram-se pertinentes:

– Em que medida, o discurso ursino é clivado, interdiscursivamente, por discursos de diversos outros lugares de enunciação como o do gay convencional, o do sujeito heterossexual?

– Que efeitos de sentido são produzidos pelas práticas discursivas dos ursos através dos sites?

– Que marcas linguístico-discursivas nos *profiles* perfilam os processos de constituição desses sujeitos?

– A busca pela subjetivação do urso se configura numa prática de resistência ou apenas o reinscreve nos modelos sexuais hegemônicos de homo e hétero?

– É possível pensar em modos de subjetivação através do corpo e da sexualidade para além dos paradigmas classificatórios?

O trabalho de análise do material levantado nesta pesquisa objetiva investigar a construção discursiva em torno do sujeito urso com base nas questões então propostas.

O que é um urso?

A afirmação de que sempre houve na história homens grandões, peludos que usavam barba, bigode e relacionavam-se sexualmente com outros homens não diz, em si, nada de singular. Contudo, a questão não é essa. Importa a esta pesquisa entender que contexto sócio-histórico contribuiu para que, no interior das relações homoeróticas, irrompesse um tipo de sujeito que se autodefine como urso. Não há um dado preciso do surgimento do urso enquanto uma manifestação homossexual. Na infinidade de material que circula na web sobre o assunto, incluindo as centenas de sites direcionados e ainda na literatura impressa isto não é algo completamente claro. Todavia, na busca do que Bauman (2003) descreve como sensação de pertencimento nas culturas pós-modernas, esses registros remetem a alguns pontos comuns.

Segundo o site dos ursos de Minas Gerais (ursosmg.com), os primeiros indícios da formação de um “Clube de ursos” datam de 1966 em Los Angeles, Estados Unidos. Já na década de 1970, havia pessoas que se autodefiniam como “ursos” e a denominação já era conhecida em centros como Miami, enquanto na libérrima São Francisco o termo “urso” não era conhecido antes de 1986. Mas que sujeito é este no universo homossexual? O urso é uma subcultura (não entender “sub” como inferior, mas como um segmento de uma cultura maior) da comunidade gay. Esta denominação vem da tradução literal do Inglês *Bear*. São homens corpulentos ou pesados,

tradicionalmente peludos e barbudos, atraídos por outros homens. Há uma predominância de homens maduros, o que não exclui a presença de alguns mais jovens². Uma considerável parte dos ursos enfatiza em si traços físicos e comportamentais ligados ao imaginário masculino, o que os deixa inconfundíveis com outras tribos gays que, comumente, se avizinham mais do universo feminino.

De acordo com a revista americana *Bear Party Magazine*, quando colocada a questão “Que características unificam os gays que se reconhecem como ursos?” baseando-se em dados junto a seus leitores, observa-se que, além dos atributos físicos já mencionados, são homens cuja maioria tem ensino superior e está estabilizada profissionalmente. Participam ativamente na comunidade dos ursos. Eles saem para socializar-se uma vez ou mais por semana. Viajam a lazer pelo menos algumas vezes ao ano. Muitos estão em relações monógamas ou abertas, outros são solteiros e paqueram ativamente dentro da comunidade. Eles apreciam comida boa, bebida boa; reconhecem a relação íntima entre saúde e conforto pessoal e estão interessados em informação sobre modos para preservar a vida ativa.

Como um segmento dentro do universo gay, dois aspectos marcam o aparecimento do urso. Primeiro, é um acontecimento visivelmente metropolitano, divulgado principalmente pelas experiências urbanas (mesmo que haja toda uma inspiração em tipos masculinos rústicos e rurais). Como bem expõe Didier Eribon (2008), a liberdade oferecida pelas vidas metropolitanas contribui para que os gays deixem suas identidades homogêneas e adiram a outras socialidades sexuais. Segundo, está diretamente ligado a uma economia capitalista: pelo

2. Dos 137.515 perfis inscritos no bear411.com, 52% estão acima dos 40 anos de idade. 20% dos usuários não declararam a idade. No site brasileiro ursos.com.br, apenas 23% dos *profiles* estão acima dos 40 anos, enquanto 29% não expõem a idade.

perfil socioeconômico do urso traçado pela revista, ele é também um potencial consumidor no filão do *Pink Money*. Dentro da analítica foucaultiana, antes de um meio de dominação econômica e política, o estabelecimento do dispositivo da sexualidade revelaria a autoafirmação de uma classe, uma autosssexualização, a autogeração de um corpo de classe, (2007a). Modernamente, o dispositivo da sexualidade substitui a domesticação do corpo através do trabalho pela intensificação do mesmo como objeto de saber e de relações de poder.

É possível perceber índices, na figura 1, que mostram essa constituição de “um corpo de classe” dentro da economia capitalista na qual o sujeito urso está inserido: o modo de se vestir, os móveis, a decoração do lugar, tudo compõe o refinamento de uma típica cena burguesa. Ademais, a sobriedade e um aspecto rústico no ambiente refletem a construção de um imaginário do urso como um sujeito mais sereno, sem os floreios tão comuns ao universo gay. Esta análise da imagem não deve ser entendida de forma arbitrária, uma vez que por base está uma leitura do *set* como uma possibilidade dentro das condições de produção da cena enunciativa dada.



Fig. 1 - bearsfilms.com

Existe muita controvérsia a respeito da definição de um urso. Alguns afirmam que qualquer pessoa que se identifique como um urso é urso, inclusive aqueles homossexuais que não carregam tais atributos físicos, mas mantêm uma postura masculina. Outros defendem que os ursos têm que possuir aquelas características físicas citadas anteriormente, bem como adotar o modo de vida ursino; o que inclui sua condição de homossexual.

O site brasileiro ursos.com realizou no início de 2009 um concurso chamado Big Bear Brasil. Na esteira dos *reality shows*, a proposta do site era escolher o urso mais interessante dentre os usuários do ursos.com. Há no próprio enunciado linguístico-imagético do logotipo do concurso um deslizamento de sentido a partir de um jogo de memória que se estabelece com o programa *Big Brother Brasil*: o modo como as fotos dos participantes da competição aparecem dispostas contornando o quadrado do monitor, a forma de cambiar elementos enunciativos como *brother/bear*, a lente da câmera/a pata do urso, que funcionam como ícone em cada caso, e até mesmo as regras do funcionamento de um reconstituíam o outro.



Fig. 2 - Logotipo do concurso

Os participantes eram avaliados através de questionamentos online, propostos pelos organizadores do site. Uma das questões foi: “Descreva com suas próprias palavras o que é um urso para você”. Mesmo considerando o contexto brasileiro nas respostas dadas – visto que esse conceito de urso só chegou aqui nos anos 1990 a partir de referências americanas –, no país de origem a figura do urso é também fragmentada. As respostas dos ursos participantes, como transcritas abaixo, mostram essa noção um tanto heteróclita do indivíduo urso.

Um urso para mim é, um homem com barba ou cavanhaque, de peito e corpo peludo e corpulento não afeminado, vamos dizer que ursos são homens gays ou bissexuais que fogem um tanto dos estereótipos do mundo gay, e que valorizam seus atributos masculinos e os dos outros homens. Como as manifestações físicas mais visíveis da masculinidade são a barba e os pêlos no corpo, tais atributos costumam ser muito cultuados pelos ursos. (urso_polar)

Um urso pra mim é: “Homem grande, usualmente peludos e barbudos. O mais importante não seja o tipo físico e a maneira de ser, de estar, e conviver com as outras pessoas e acima de tudo a capacidade para se assumir e ter orgulho em ser um homem que gosta de homens, que tb tem orgulho em o ser. Também valorizar aquilo que você é, seus atributos masculinos e não seguir a moda de um corpo definido. Isso é um Urso pra mim.” (ursao38)

Se é problemático para o movimento homossexual majoritário se estabelecer como, por assim dizer, uma “identidade”, visto ser uma noção que só funciona enquanto representação político-reivindicatória, essa problemática já acompanha os ursos desde a origem. Prova disso são os diversos subtipos em que se fragmenta a figura do urso. Explicando: Os americanos Bob Donahue e Jeff Stoner criaram um sistema de classificação com letras e números usado na autoidentifi-

cação dos homens que se denominam ursos; é o *bear code*. Há ainda uma subdivisão no interior do conceito de urso essencialmente para classificá-los de acordo com o aspecto físico ou com suas preferências sexuais em relação a um outro urso: *polar bear*, *muscle bear*, *cub bear*, *leather bear*, *grizzly bear*, *big bear*, *chubby bear*, *daddy bear*, *otters*, *chaser*. Essas são as principais classificações que se abrigam sob o imenso guarda-chuva dos ursos (ver glossário).

Esse gesto um tanto essencialista do urso, que busca uma identificação catalográfica, vai de encontro ao pensamento de Foucault sobre a categorização da prática homossexual. Esse é um tipo de atitude, para ele, inadequada no sentido de que é apenas uma classificação de comportamentos sexuais que não dá conta do tipo de experiência que se pode chegar consigo e com o outro. Quando questionou a homossexualidade do final do último século, o filósofo francês problematizou a preocupação gay na qual “a identidade se torna o problema mais importante da existência sexual, e as pessoas pensam que elas devem ‘desvendar’ sua ‘identidade própria’ e que esta identidade deva tornar-se a lei, o princípio, o código de sua existência”. Mesmo assim, Foucault reconhecia uma tentativa progressiva de recriar, uma forma de existência ou uma arte de viver que se pode chamar gay (1984, s/p).

É no interior dessa forma de existência, que à sua época Foucault entendeu como gay, onde atualmente o urso irrompe como um outro ou mais um modo de ser gay e sujeito de si. Todo o conjunto de técnicas e investidas do urso no sentido de uma especificidade dentro da cultura gay, nada mais é que a luta incessante do sujeito a fim de nem sempre objetivar-se. Assim, faz sobre si um exercício de construção, reconstrução e desconstrução constante em que a cada momento se configuram diferentes relações de poder.

Enquanto forma de subjetividade, o urso constantemente expõe o caráter instável dessas relações de poder. A imagem seguinte é do *Lazy Bear Weekend*, evento ursino americano. Nela, exibem-se corpos volumosos, peludos, flácidos e estriados, tão comuns aos ursos, que contrastam com o imaginário do liso (em toda possibilidade semântica do termo) como o esteticamente belo. É o que ocorre quando os ursos elegem-se como um tipo de desejabilidade. São outros parâmetros, outras relações de poder, outra construção ética. A ética de si do urso se mostra ainda linguística e discursivamente na escolha do nome para o evento – *Fim de semana do urso preguiçoso*. O termo preguiçoso logo remete à imagem de lassidão, de sedentarismo, do sujeito que não participa do tão recomendado discurso biomédico em defesa da prática de atividades físicas tendo em vista evitar a obesidade, “melhorar” a qualidade de vida. Desse modo, o corpo físico do urso (ver braço, tórax, abdome) torna-se a “maior” parte dessa construção de si.



Fig. 3– Lazy Bear Weekend 2008

De uma forma geral, a nomeação dos eventos organizados pelos ursos ao redor do mundo sugere em sua materialidade linguístico-discursiva uma construção de si do urso por meio de um contra-discurso. Isso se dá através do jogo com a língua que abre para a possibilidade de novos sentidos, através do chiste, do trocadilho, do absurdo, abrindo uma via para o humor que (des)constrói sentidos. É isso que percebemos com *Bear beer bust* (Orlando, EUA), *HiBE-ARnation* (Manchester, UK), *Back to the woods* (Austin, EUA), *Ok-toBAERfest* (Oldenburg, Alemanha). Há nos nomes desses eventos um deslocamento de sentido que passa a ser um elemento constitutivo da subjetividade ursina.

2

O movimento Ursino

Uma análise do fenômeno *Bear* implica necessariamente explorar o contexto histórico a partir do qual ele emergiu. Ainda segundo o site dos ursos de Minas Gerais, alguns fatos marcaram 1987 como o ano de nascimento do “movimento ursino”: Surgem os primeiros clubes de ursos quando um grupo de amigos começou a oferecer festas privativas para ursos na área de São Francisco e uma revista especializada, chamada *Bear Magazine* apareceu. Esse ano representou um verdadeiro ponto de inflexão, já que tanto a revista como a chegada dos serviços online precursores da internet ampliaram o conceito e a consciência do “ser urso” através de toda a comunidade gay. A comunidade de urso originou-se por homens que se sentiam fora daquele padrão da cultura gay de homens que se ajustavam a uma norma corporal particular (magro, liso, malhado e jovem) e que é exaltada na publicidade e nas mídias de massas.

Como mostram as capas das revistas DOM e AIMÉ, enquanto estratégia discursiva há uma regularidade no tratamento do padrão corporal anteriormente citado. Em contrapartida, na AMBEAR esse modelo *teen* masculino é rechaçado através da constituição imagética de um sujeito gordo, grisalho, enrugado, sem as marcas da mocidade. Outrossim, os enunciados linguísticos – *Conheça um urso de verdade, Top 10: os mais belos ursos, Enquete: barrigudos são melhores?* - na capa da revista, reforçam o lugar discursivo do urso como, também, um modelo possível de desejabilidade.



Fig. 4 – AMBEAR, ed. 196, ano 4



Fig. 5 – DOM, ed. 10, Feb. 2009

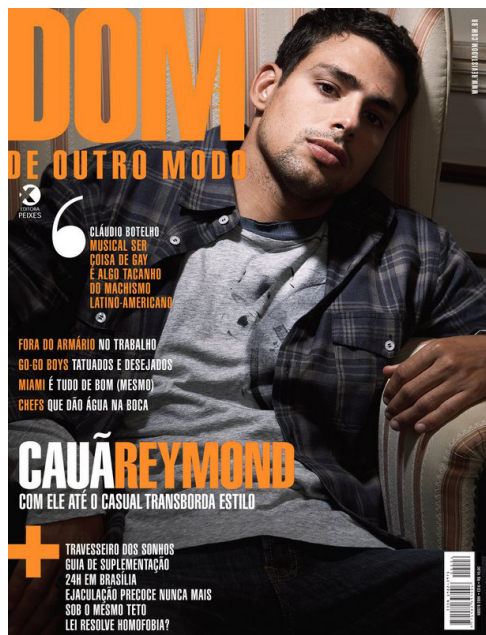


Fig. 6 – DOM, ed. 6, Ago. 2008



Fig. 7 – AIMÉ, ed. 1, Fev. 2008

A década 1980 viu surgir os primeiros grupos organizados, os primeiros locais de encontro. Entre eles, a abertura do bar *The Lone Star Bears* (Ursos da Estrela Solitária) em São Francisco em 1989 é vista por muitos como o evento mais significativo, fundando a comunidade de urso. Conhecido como *Bear Bar U.S.A.* – e para algumas pessoas como *Meca* –, os ursos contam histórias de visitar o bar e verem, pela primeira vez, homens como eles. No começo, *O Estrela Solitária* era frequentado pelo *Clube de Motocicleta do Arco-íris* e outros motoqueiros. O *Clube de Motocicleta do Arco-íris* foi outro elemento fundamental na formação da comunidade de Urso de São Francisco. Eles não eram da moda de couro (*leather*), mas motoqueiros de couro.

Apesar de um elevado perfil econômico, como dito anteriormente, é comum aos ursos apresentarem uma imagem da masculinidade da classe operária; há uma inspiração em tipos rústicos como



Fig. 8 - ursos.com



Fig. 9- ursos.com



Fig. 10 - ursos.com

o lenhador, o trabalhado braçal, o caminhoneiro, o cowboy, como mostram os desenhos anteriores. Para alguns, os ursos representam um elo na continuidade histórica da figura do “gay másculo”. As pesquisas do historiador George Chauncey (1994) acerca das subculturas gays da cidade de Nova Iorque, pré-Stonewall³, mostra que, já naquela época havia, ao menos na classe trabalhadora, a figura do “homem másculo que amava a outro homem másculo” – conhecidos na época como *wolfes* (lobos). Nessa época, já era muito marcada a dicotomia entre o “lobo” e os “afeminados” (*fairies*). Nesse mesmo estudo, o autor mostra como os laços cotidianos que se estabeleciam entre os homens à época (início do século XX), em locais de trabalho como no campo, à margem de rio ou em construção; os rituais de solidariedade e reciprocidade desenvolvidos por esses “machos” nesses ambientes era o que caracterizava sua virilidade, sempre em relação aos outros “machos”, donde o historiador afirma que “a masculinidade neste mundo foi confirmada por alguns homens e em relação a outros homens, e não por mulheres”.

Ao longo do tempo, a homossexualidade masculina e a efeminação estiveram indelevelmente associadas tornando-se, por vezes, sinônimos. Desde os gregos e os antigos romanos a efeminação masculina já era vista como algo desprezível. Essa pode ter sido uma razão para que os próprios homossexuais fossem criando modelos normativos, “modos de ser gay”. Aqui surge Foucault afirmando que cada pessoa é um ser único e que as relações que cada um deve estabelecer consigo

3. Dance bar novaiorquino que na madrugada do dia 28 de junho de 1969 foi cenário do confronto entre a polícia e os homossexuais frequentadores do local. Para a comunidade gay mundial, o episódio de Stonewall foi o precursor das Paradas do Orgulho nos moldes como se conhece hoje e o dia 28 de junho entraria para a história como o Dia Internacional do Orgulho Gay.

mesmo devem ser menos de identidade e mais de diferenciação, de criação, de inovação (1984). O autor usava o termo “clones bigodudos” para referir-se àqueles homens, todos iguais, que ao invés de “fazerem de suas vidas uma obra de arte”, repetiam um modelo pré-existente, com uma identidade de plástico, uma identidade que busca o idêntico, o molde (MAGNATIVA, 2008).

Os “clones bigodudos” de que fala o autor de *O uso dos prazeres*, eram homens, de aparência similar, que saíam na parada gay com fartos bigodes e óculos ray-ban. Se vivo, hoje certamente Foucault estenderia tal denominação aos anabolizados, malhados e depilados. Esse estereótipo gay está diretamente ligado à imagem hiper-masculina do *leatherman* (homens adeptos da vestimenta de couro) muito cultuada nos anos 1970. Esses exemplos mostram como a figura do homossexual está sempre contornada por padrões idealizados para a mesma, todavia, esses padrões são constantemente atravessados pelo espectro da efeminação. Analisando outra resposta ao *Big Bear Brasil* sobre o que seria um urso, o sujeito que enuncia torna perceptível uma valorização do masculino, inclusive negando um estereótipo por outro:

Ser urso é acima de tudo a aceitação e valorização do corpo da forma como ele seja, independente de qualquer padrão estético que prevaleça em um determinado local. Existe uma idéia (errônea ao meu ver) de que “urso” é sinônimo de “gordo”; não é apenas isto, significa a valorização de certos caracteres físicos masculinos (como a existência de pêlos) bem como comportamentais (postura masculina). Numa cidade como o Rio de Janeiro (que é uma cidade que por ser litorânea, por ser turística, o culto ao corpo é muito forte), ser um urso é quase uma contracorrente... um “choque de ordem” no padrão físico-estético que costuma prevalecer nos guetos lgbt ... esta é a minha opinião! :) (FriendlyBear).

O movimento *Bear* inclina-se, em certa medida, como uma resposta ao fenômeno da hipermasculinidade clone da década de 1970. O Urso foi uma reação, e não contra o clone da masculinidade, por si só, visto que enquanto um modelo, o urso tornar-se-ia também um clone, mas sim à hipermasculinidade, e à maneira particular como o clone constrói o corpo para sinalizar masculinidade – magro, musculoso, e tons suaves. Nesse sentido, os *bears* minam simultaneamente as noções de masculino e de homossexual. Importaria ao urso, não tanto uma revisão convencional da masculinidade, mas ressignificá-la, longe do lugar comum de que masculinidade é atributo da condição heterossexual ou ainda que, homossexual é aquele que despreza sua virilidade, abre mão do seu corpo físico de macho. Para o urso, é possível reunir ambos os predicados num mesmo corpo/sujeito.

Retomando um pouco à cronologia do movimento dos ursos, o surgimento nos anos 1980 da AIDS, que de início esteve associada às práticas promíscuas da homossexualidade, e que levou a uma mudança de postura na forma de relacionar-se dos homossexuais, é elencado como fator que contribuiu para a reunião dos ursos enquanto comunidade. Os anos 1990 registraram o aparecimento de grupos organizados pelo mundo todo. Atualmente, os grupos possuem uma estrutura organizacional muito grande. Eles conseguem reunir centenas de ursos em encontros que em geral duram um fim de semana inteiro (principalmente em cidades da Europa e dos Estados Unidos). Nesses eventos, o clima de festa predomina com brincadeiras, jogos, música, são oportunidades para conhecer ursos de outros lugares.

Abaixo, peças publicitárias de alguns eventos *bears* pelo mundo. Essas publicidades circulam pelos sites ursinos. É importante notar nesta série enunciativa, que apesar de não tratar propriamente de

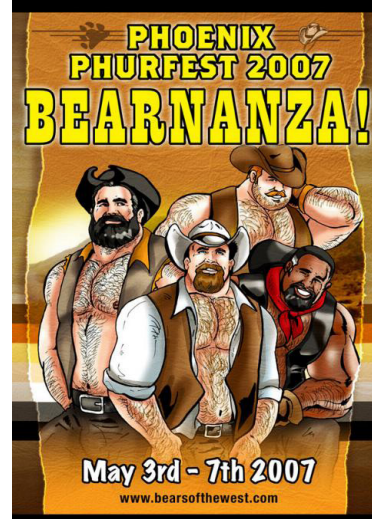
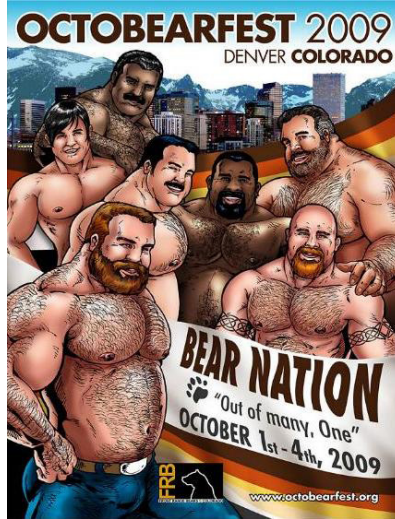


Fig. 11 – Desfile ursino em Montreal. Fig. 12 – Evento no Colorado. Fig. 13 – Encontro no Phoenix

desfiles, sugere esta ideia através das poses e posturas dos ursos nas imagens. A primeira peça, inclusive, reproduz o *set* de um desfile com as luzes e o corredor de uma passarela.

As figuras 12 e 13, também funcionam como acontecimento discursivo estabelecendo redes de memória e deslocando sentidos: no primeiro caso, o título do evento *Octobearfest* alude à maior festa de cerveja do mundo, *Oktoberfest*, de origem germânica que tem sua versão brasileira na cidade de Blumenau. O local, a data e o nome de evento restabelecem outro elemento nessa memória que é o dado histórico que o maior grupo étnico do estado americano do Colorado é formado por pessoas de ascendência alemã; uma razão para a escolha temática da festa. O enunciado linguístico *Bear nation: out of many, one* (Nação ursina: entre muitas, a única) juntamente com o desenho que estampa tipos característicos de diferentes raças, remete a outro lugar de memória na formação racial daquele estado, que não é apenas de brancos, mas hispânicos, afro-americanos e asiáticos.

O segundo caso, *Bearnanza* remonta às imagens clássicas dos caubóis de *Bonanza*, famoso seriado da tv americana. Vale dizer

que Phoenix (cidade do evento) está localizada na região central do Arizona, numa das regiões mais secas e desérticas desse estado, típico cenário do Velho Oeste.

Além desses encontros, alguns já com calendário fixo, a famosa parada do orgulho gay (principal vitrine do poder organizacional da categoria) realizada ao redor do mundo, acontece também e exclusivamente com os *bears* em cidades da Europa e Estados Unidos. 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 em geral. 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 urso. Esse mesmo autor lançou dois livros de ficção sobre o universo *bear*: *Bearotica: Hot, Hairy, Heavy Fiction* e *Bear Lust: Hot, Hairy, Heavy Fiction*. O cinema é um outro aspecto da cultura *bear* que já começa a despontar. Em Vermonte (EUA) aconteceu em abril deste ano o *The Vermont bear festival*. Mas a maior projeção no ramo cinematográfico que os ursos já tiveram foi com o longa metragem espanhol de 2004 *Cachorro (Bear Cub)*, cuja ação se desenvolve em torno de um homossexual urso. As-

sim como o público gay majoritário tem seu mercado de filme pornô, os ursos também o têm, além de revistas dirigidas a esse público.

Bear Magazine, *A bear's life*, *Bear party*, *Bearcubs* (mostradas a seguir) são as revistas mais conhecidas entre os ursos. Outras publicações circulam apenas como material digital. Impulsionados pelo padrão masculino de beleza unificado dentro da comunidade homossexual, que gerou um tipo de exclusão, se não real, pelo menos virtual, assim os homossexuais gordos, peludos e maduros não são um tipo atraente para um contato sexual. Não é comum pessoas desejarem, nos sites de relacionamento em geral, o tipo com barba, o corpo peludo, grisalho, gordo, ou com barriga. Deste modo, como esclarece o site da *A bear's life*, os ursos foram deixando suas cavernas para se mostrar orgulhosamente pouco a pouco, encontrando nas fissuras que vão além da publicidade e da moda pró-juventude e do *dream-body* espaço para outras subjetividades. Este site inau-

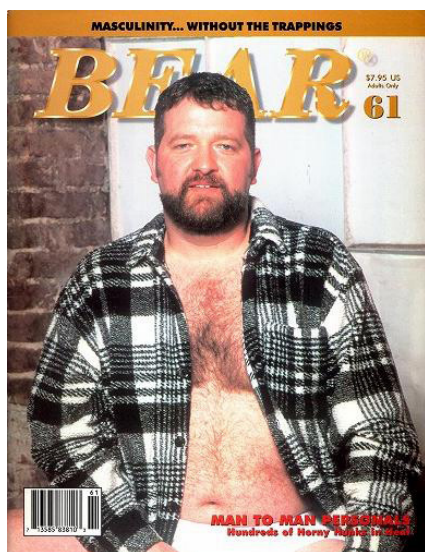


Fig. 14 – Edição 61 da revista Bear Magazine

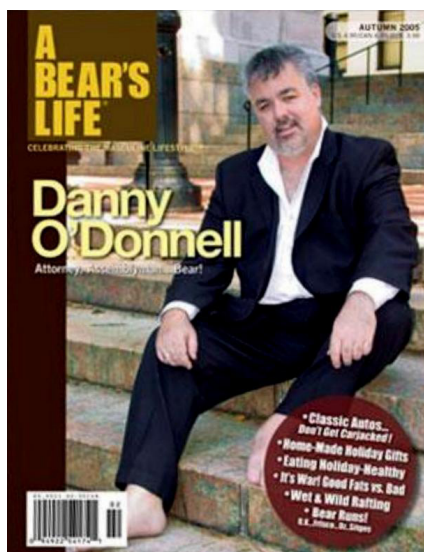


Fig. 15 – A Bear's life. Outono de 2005

gourou este ano um programa na web com roteiros turísticos, moda e gastronomia dirigidos aos bears.

O que chama atenção nessa série enunciativa é o tipo de masculinidade que cada capa reproduz. Na figura 14, sugere-se uma virilidade ou ainda, uma rusticidade para o masculino. Discursivamente, isso aparece no próprio título da revista: *masculinity... without the trappings* (masculinidade... sem os enfeites – tradução literal). Outro enunciado linguístico, *Man to man personals: hundreds of horny hunks in heat* (encontros de homem pra homem: centenas de caras excitados a todo vapor) juntamente com a constituição imagética da cena: parte da parede sem reboco, a cor da pele bronzeada e transpirante do modelo, a barba mal aparada e a camisa, que parece flanela, produzem um efeito rusticano em toda a cena enunciativa.

Diferentemente disso, a imagem 15 mostra uma cena urbana, típica das revistas de celebridades e estilo como *Caras*. Nela, o urso é mostrado elegantemente vestido, aparência bem cuidada, quase um dândi. O enunciado linguístico abaixo de seu nome informa: “advogado, vereador, urso”. Enquanto a revista *Bear* põe a masculinidade em oposição à afetação e à delicadeza, *A bear’s life*, por sua vez, a trata como um estilo de vida; assim enuncia seu slogan: *celebrating the masculine lifestyle*.

A capa da *Bearcubs* destaca o tipo masculino que malha e enfatiza a imagem do homem musculoso citando o site *Big Muscle Bear* como o espaço ursino mais bonito. Por fim, na última imagem da série, a ideia de masculinidade ali mostrada está atravessada por um apelo erótico-sensual tão comum às revistas desse gênero. Ainda que discretamente, o modelo toca e exhibe parcialmente o peito nu num gesto de despír-se, que a considerar o título da publicação, *Bear Party*, sugere a ação de um *stripper*.



Fig. 16 – Bearcubs abr. 2008, vol. 2



Fig. 17 – Bear Party

A análise dessa série composta pelos enunciados das quatro capas ratifica o caráter múltiplo e antinatural da masculinidade. Não é possível pensá-la como um estado fixo e imutável. Ela é antes de tudo uma categoria produzida social e historicamente. Sua expressão ganhará diferentes significados na medida em que o corpo e a linguagem lhe dão novas remodelagens, donde na modernidade ser possível a masculinidade rústica, a delicada, a atlética, a sensual, a feminina e tantas outras imagináveis. Não obstante, as análises de alguns *profiles* vão sinalizar para um sujeito urso ainda atado a um modelo racional da masculinidade, que se reproduz no imaginário social através das rígidas estruturas linguístico-discursivas, fruto da política, da religião, da medicina e muitos outros lugares e práticas discursivas. São essas estruturas que no cotidiano não permitem que funcione o discurso das masculinidades fluidas, historicamente construídas.

O urso dos trópicos — o movimento ursino no Brasil

No Brasil, o movimento só surgiu um pouco depois do advento americano. Segundo o blog *Crônica Bear*, historicamente o primeiro grupo formado pela comunidade foi o Sampa Bears. Era composto por amigos e casais bears extremamente reservados. Dentro de tal grupo a realidade da camaradagem *bear* é a tônica e os seus membros se auto ajudam formando uma comunidade coesa que se assemelha a uma célula familiar. A primeira investida para a popularização do movimento Bear no Brasil teve por base a internet e foi feita pelo *Urso BR* (em meados de 1997), o qual, ao se identificar com as propostas do movimento Bear nos EUA, as trouxe à realidade brasileira e iniciou por meio da internet a captação de integrantes bears e apreciadores de bears.

Em novembro de 1997, na cidade do Rio de Janeiro, foi organizado o primeiro *Bearcontro*. Depois, os *Bearcontros* passaram a ser realizados também na cidade de São Paulo, formando o embrião do que viria ser o grupo “Ursos de São Paulo”, encabeçados inicialmente por *Urso BR*, tendo por participantes cada vez um número maior de bears e *chasers* (aqueles que apreciam os ursos). Os encontros logo se estenderam a Porto Alegre e Brasília. Um fato que é fundamental registrar acerca do movimento ursino no Brasil é que há muita influência de um outro grupo americano, os “Chubies”. Esse grupo, como sugere o próprio termo, é formado por gordos, não necessariamente ursos. O contato com esse grupo feito por al-

guns membros precursores do movimento ursino no Brasil contribuiu para que circulasse por aqui alguns equívocos sobre a figura do urso, como o de achar que todo gay gordinho seria um urso. Junte-se a isso o espírito solar do brasileiro e o que se tem, na prática, é uma ideia diferente do tipo rústico e viril americano e europeu; é um “urso mais tropical”.

Um texto bastante conhecido na apresentação de alguns sites brasileiros dedicados aos ursos expressa bem algumas nuances do 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 no Natal. Legal é usar barba, ter cabelo no peito, falar grosso e ter barriga de caminhoneiro, isso sim é homem, o resto passa batido (ursosmg.com).

Depois de uma questão de diferença política na visão de um urso à brasileira, a sequência enunciativa acima chama a atenção pelo modo reiterado como o sujeito vivifica seu atravessamento pela língua. Exatamente no que Pêcheux (1990) chamou de o jogo sob o qual o sis-

tema linguístico se submete. No caso em questão, a interpelação do sujeito se dá por um tipo de equívoco que é a contradição: tentando mostrar que o urso brasileiro é diferente, é dito que *Aqui nem todo urso é peludão, e muito menos masculinizado...* Porém, ao fim do enunciado afirma-se *E pra ser urso basta ser peludo, gordinho...*

A língua, como afirma Michel Pêcheux, é um sistema passível de falha. Como no caso que se observa, ela rompe o fio discursivo levando a desfazer, e refazer os sentidos. Na prática, o efeito de sentido no início da sequência enunciativa sugere algumas leituras, por exemplo, que “o urso no Brasil é diferente, e qualquer um pode sê-lo”. Já no final, esse sentido é desfeito ao sugerir “mas esse tipo passa batido, o tipo americano que é peludo, fala grosso, barriga de caminhoneiro é que é urso de verdade”. A contradição é o momento em que a história atinge o sujeito e, por consequência, a língua. É nesse duplo atravessamento pela história e pela língua que a produção discursiva do urso, assim como a de qualquer sujeito, configura-se numa dispersão.

O repertório linguístico-discursivo utilizado ao longo do enunciado também corrobora com esse atravessamento do sujeito pela história, via expressões como *masculinizado, diversidade, pintosas, estereótipos, preconceitos, depilação, homem, barriga de caminhoneiro*. Os efeitos de sentido produzidos nesse vocabulário só são possíveis porque estão historicizados num contexto em que o movimento ursino americano seria mais homogêneo que o brasileiro, com tipos mais másculos. Contudo, não é só isso, há também o interdiscurso onde se embatem o eu, o nós, o eles e o outro (do já-dito), que trazem o preconceito dos héteros e dos ursos com as “pintosas”; a imagem estereotipada do homossexual efeminado, do homossexual machão; mais, o homem da barriga de caminhoneiro,

o da barriga de “tanquinho”, o primeiro representaria o padrão de beleza *bear*, o segundo é o tipo que o meio gay deseja e reproduz. Quer dizer, é necessário retomar essa realidade histórica para que a materialidade linguístico-discursiva produza sentido.

Outro ponto merecedor de atenção na sequência supracitada é o seguinte enunciado: “*Seja como Nós, Seja Você mesmo*”. De início, marcas na materialidade enunciativa como o uso de maiúscula no verbo “Ser”, nos pronomes pessoais “Nós” e “Você”, fazem pensar nos modos de subjetivação em Foucault, que vai enaltecer as diferenças ao pensar um “ser-gay” verbo, atuante, em construção, nunca um “ser-gay” modelo substantivado preso a esta ou aquela época. Um efeito de sentido possível que produz o uso dos pronomes “nós” e “você” precedidos do verbo “ser” aponta para a existência de um sujeito homossexual objetivado dentro de uma *vontade de verdade* que impõe padrões para um “ser homossexual”, mas o enunciador chama esse homossexual a subjetivar-se, a ser sujeito de, não sujeito a. Para “ser você mesmo”, o indivíduo terá que subjetivar-se na relação consigo, por meio de técnicas que lhe permitem constituir-se como sujeito da própria existência. No entanto, seguindo a tese foucaultiana, ao subjetivar-se e tornar-se um “como nós”, do modo como o enunciador o interpela no enunciado do site, aí o sujeito já entrou nos *jogos de poder* que o determinam.

Desde que a ideia de uma comunidade ursina nasceu por aqui no Brasil, na cidade de São Paulo alguns locais viraram redutos desse público. O “ABC Bailão” foi um dos primeiros locais onde os ursos se reuniam ou em seus encontros mensais ou só para dançar, paquerar. Hoje essa casa até estimula a presença de um público mais maduro; homens acima de 50 anos têm descontos na bilheteria. Outros locais foram surgindo como o “Oásis Dad Dance”. O Pub

Caneca de Prata, situado na região do Largo do Arouche, no centro de São Paulo, é hoje, talvez, a maior referência para o meio *bear* naquela região, pois desde os anos 1980, quando ainda não se falava em urso por aqui, seu público maior era homossexuais maduros.

Em 2000 foi realizado o PELO - Primeiro Encuentro Latino de Osos - no Rio de Janeiro. Neste ínterim, surgem eventos e grupos em outras capitais e cidades do interior como os “Ursos de Campinas”, os “Ursos da Corte” (Brasília), os “Ursos do Rio”. Atualmente há diversos grupos ursinos espalhados por todo o país. Apesar da pouca atuação política, em sites de relacionamentos como o Orkut há dezenas de comunidades destinadas ao público *bear* brasileiro, divididos por regiões, Estados, em alguns casos por cidade.

O movimento *Bear* ganhou a mídia em 2002 quando na revista “G Magazine” foi publicado o primeiro ensaio fotográfico brasileiro de um modelo *bear* e a partir deste fato, a revista abre espaço para uma coluna assinada por Rogério Munhoz, especialmente dirigida a este público. Através de matérias na revista G, em sites gays da internet, em jornais e programas de TV, a presença de Rogério Munhoz no programa “Vinte e Poucos Anos” pela emissora MTV e várias entrevistas que concedeu, incluindo no “Programa do Jô” na Rede Globo, são na verdade o gatilho da elevação do número de novos frequentadores e novas iniciativas dentro do universo *Bear*.

Atualmente, há uma publicação digital organizada pelos ursos do Paraná, que parece ser o que há de mais próximo, no contexto nacionalizado, da capacidade organizacional dos ursos estrangeiros. A revista, de título um tanto tautológico, *AmBear*, já circula na internet há cinco anos, mas o mercado segmentado ao público gay ainda não se interessou em levar o periódico às bancas. A tipologia usada no título da revista *AmBear* (ver figura 4) traduz-se numa

estratégia discursiva do grupo, a fim de marcar-se subjetivamente. O desenho da letra na capa da revista reconstitui a imagem da famosa companhia de bebida das Américas – *AmBev*. Por tratar-se de uma cervejaria, outro deslocamento acontece na medida em que se reproduz uma memória dos ursos como potenciais consumidores de chope e cerveja. Para eles, uma velha preocupação dos amantes da boa forma, *a barriguinha de chope*, parece ser um importante atributo estético.



Fig.18 – abcdomarketing.com.br



Fig. 19 – ambear.com.br

Nos últimos dois anos, quatro publicações (*DOM*, *Aimé*, *Junior e A capa*) surgiram num mercado há mais de dez anos monopolizado pela *G magazine*. O diferencial dessas novas publicações em relação ao já conhecido visual das revistas gays é a ausência quase total de nudez; apenas ensaios sensuais. O conteúdo também aposta em variedades como moda, estética, música, comportamento, lazer. As revistas destacam o bom gosto e tratam temáticas mais culturais; dirigem-se a um público mais exigente com essas questões. A própria *DOM* diz ser uma publicação *hétero-friendly*⁴.

4. Esse neoanglicismo significa que o produto dirige-se também ao público heterossexual. Mais um modismo cuja tradução é a mesma do “S” na sigla GLS, tão em voga nos anos de 1990. Outro termo muito conhecido no universo gay é o seu inverso *gay friendly*, referindo-se aos que implementam ações pró-LGBTs.

A iniciativa de divulgar mais informação e cultura no meio homossexual é louvável, contudo, não precisa chegar a folhear essas revistas para deparar-se com uma antiga prática, discursiva, dessas mídias que exibem em suas capas conhecidos rostos – e corpos – de figuras da televisão (comumente os *sexy symbol* globais). Assim, a mídia reproduz, e põe em circulação, um estereótipo de beleza cristalizado para o meio gay. O que é mais sutil nessa prática são os efeitos de poder que levam o indivíduo homossexual a identificar-se com esse padrão de beleza, de desejabilidade uniforme. E mais, o desejo do homoafetivo passa a ser estimulado e direcionado por um personagem que sequer é homossexual (pelo menos publicamente).

Toda essa reflexão sobre o trabalho da mídia em fazer circular esse estereótipo gay, permite atualizar uma conhecida questão foucaultiana de *A arqueologia do saber*: o que permitiu que surgisse exatamente essa representação do homossexual (mostrada na mídia) e não uma outra em seu lugar? Responder a essa questão talvez não seja o mais urgente aqui, mas a compreensão de como essa realidade atual se filia a uma rede histórica de práticas. A ideia dos micro-poderes, como pensou Foucault, pode ser o ponto de partida para essa questão. É possível perceber na relação da mídia com a temática homossexual, efeitos da socialização que o capitalismo inspirou ao corpo desde o século XIX. Afinal, o corpo disciplinado do *biopoder*, hábil para produzir, era esse corpo instrumento para significações culturais, atlético, potente, rijo, jovem, da moda *fitness* dos dias correntes.

O texto *Na mira do mercado* (2004) mostra dados levantados por uma pesquisa realizada pelo Mix Brasil, dentro do Mercado Mundo Mix em 2003, e uma outra pesquisa, chamada Consumidor Saindo do Armário, que foi um estudo sobre o público gay promovido pela

empresa de pesquisa L2, no mesmo ano, dão uma ideia do perfil geral do homossexual brasileiro e reforçam como a mídia, dentro da lógica do mercado capitalista, sustenta exatamente esse modelo de homossexual. Ambas comprovam alguns dados já conhecidos: a perspectiva salarial 15% maior do que a dos demais trabalhadores. No Brasil, o perfil deste público apontado nessas pesquisas traz algumas curiosidades importantes. É um mercado tremendamente jovem; 84% da população com menos de 40 anos de idade. Em termos de escolaridade, 58% têm nível superior, um dado estatístico igual aos de países do Primeiro Mundo.

Outro fato que chama a atenção é este ser um público muito voltado ao lazer, entretenimento, cultura, moda e informação. Pesquisas indicam que 89% vão regularmente ao cinema e 60% frequentam muito o teatro (40% é o índice entre o público heterossexual); 73% viajaram pelo Brasil a lazer nos últimos 12 meses, índice difícil de ser encontrado até em países mais avançados; 56% costumam comprar livros – nove livros nos últimos doze meses e têm o hábito de frequentar livrarias da moda; 57% costumam visitar regularmente museus e galerias (ASSUMPCÃO, 2004, p.137).

Existe também uma forte preocupação pela estética, já que 44% afirmam que frequentam academia de ginástica regularmente, buscando resultados rápidos – corpos e músculos bem delineados. Essa lógica do corpo físico sob as estratégias de um poder capitalista é reforçada na resposta, citada anteriormente, de *FriendlyBear* ao Big Bear Brasil: [...] *Numa cidade como o Rio de Janeiro (que é uma cidade que por ser litorânea, por ser turística, o culto ao corpo é muito forte), ser um urso é quase uma contracorrente ... um “choque de ordem” no padrão físico-estético que costuma prevalecer nos guetos lgbt.* Assim considerando, o homossexual urso emerge

num lugar de tensão entre ser o que os dispositivos de poder constroem ou resistir buscando uma construção de si.

O texto do *profile* e os números da pesquisa citados anteriormente vêm mostrar o que Foucault teorizava acerca dos efeitos de verdade que os discursos produzem. Durante os duzentos anos que antecederam o século XX, houve uma produção discursiva que circunscrevia o homossexual como sujeito portador de uma perversão patológica, carecendo, portanto, de correção normativa. Na sociedade capitalista moderna, asseguradas outras condições de produção, aquele “ser de caráter repulsivo” deixa a condição de patológico para ganhar o status de consumidor e então é realocado na dinâmica sócio-histórica.

Práticas de constituição do urso

4.1. O urso e seus outros

Partindo da posição conflitante na qual surge a figura do urso, serão verificados a partir desta seção os modos de constituição de si pelos quais o urso vai se inserindo como um sujeito do desejo nos mecanismos do dispositivo da sexualidade. Já foi dito da importância que os ursos dão à questão da masculinidade. Esta noção é, de longe, o pressuposto fundador do conceito *bear*. Todavia, entrar no vasto terreno da masculinidade (o uso do plural seria mais adequado) faz surgir todos os “outros” sujeitos discursivos que atravessam o homoafetivo urso. Esses atravessamentos, que lhe são constitutivos, suscitam algumas inquietações que podem ajudar na compreensão do objeto ora posto a análise: o discurso do urso.

Como, então, avaliar a cultura *Bear* em termos de sua política de gênero? E como é que a sua marca específica de masculinidade vem a ser entendida como “natural”? As práticas sexuais do urso descentram ou reinscrevem-no ao falocentrismo? E por que o corpo do urso desempenha esse papel performativo na construção desse sujeito? Para começar nestas questões, é importante destacar que este trabalho se harmoniza com a tese de Judith Butler (2008, p.27) na qual “a unidade do gênero é o efeito de uma prática reguladora que busca uniformizar a identidade do gênero por via da heterossexualidade compulsória”. Nesse sentido, uma “identidade masculina”

apoiada em práticas falocêntricas de poder é algo quimérico, posto que só funciona diante de uma distribuição nas diversas formas de “identificações” que, inevitavelmente, essa matriz encontra no campo da sexualidade.

Dentro desta compreensão, o modelo hegemônico masculino estaria construído a partir das repetições, através do corpo, de gestos e atitudes tidos culturalmente como “naturais”. É isso que faz o “macho” falocêntrico heterossexual, a *butch* lésbica⁵, assim como o “macho” urso homossexual. Em todos estes casos, há atos *performativos* que criam uma fantasia de masculinidade como determinações naturais. O mesmo se dá no caso da feminilidade. Seguindo o pensamento de Butler, se aquilo com que o sujeito identifica-se é uma fantasia, é possível, então, representá-la. E essa representação, contrariando opiniões outras, é altamente positiva, pois desnaturaliza a noção de categoria de gênero.

A autora é ainda mais específica ao defender que a presença de convenções heterossexuais em contextos não heterossexuais ou a proliferação dos discursos da diferença sexual no meio gay é menos uma representação do modelo hétero e mais uma constatação do caráter culturalmente engendrado do heterossexual original. Assim, ela conclui: “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” (*id.* p.57). A noção de masculinidade como produção, que como tal precisa ser repetida ao ponto de tornar-se “natural” pode ser observada na resposta de *cg10* ao Big Bear Brasil:

5. Termo usado para a lésbica que assume postura mais masculinizada. Seu oposto é a *femme*.

Bem, hoje estou um pouco chateado, então talvez a minha resposta não agrade muita gente!!! [...] Bem, pra começar urso não (mia) quem mia é gato!!!! Urso fala grosso!!! Urso não caminha saltitando igual gazela!!!! não joga a mãozinha ao andar!!!! Urso não tem fri-cotes, não quebra barraco nem roda a baiana, urso fica nervoso!!!! urso não dá pinta, pois urso é praticamente um (hétero) em suas atitudes... Urso não tem a fama de brigão mas se tiver que honrar o seu bigode com certeza não dará beliscões ou puxão de orelhas... dará porrada!!!! tem certas palavras que com certeza um urso de essência não usaria em hipótese nenhuma, tais como: Di...viina, ah looooooca, ter um grupo de amigos e dizer (vou sair com as meninas) essa é pra matar!!!! etc, etc, etc... (cg10).

Na construção do enunciado, *cg10*, por meio de um texto prescritivo, parece sugerir um guia de como ser “masculino”. O uso reiterado da partícula negativa “não” ao longo da resposta produz sentidos depreciativos diante da ausência de alguns dos sintomas da macheza. Como explica Trevisan (2009), nas sociedades falocêntricas, historicamente sempre foi preciso que o homem provasse que era macho e hoje ainda vivem numa busca permanente para mostrar como a figura do macho de verdade deve se portar. Como se vê em *urso não dá pinta, pois urso é praticamente um (hétero) em suas atitudes*, há uma completa identificação do urso com a fantasia masculina do macho heterossexualmente centrado. Por isso ele se autopolicia para seguir aquilo que, para ele, é o mais próximo do *script* masculino.

Justamente, no *script* da masculinidade heteronormativa (que os ursos parecem tentar reproduzir) é preciso controlar o gestual, a postura, a voz, o vocabulário, o olhar; resumindo tudo nas palavras de *cg10*, “não dar pinta”. Diante de tanto artifício que a masculinidade impõe, como aceitá-la como determinação “natural” jun-

tamente com as representações de gênero e identidade? Ainda no enunciado acima, *cg10* considera haver *um urso de essência*, o que deixa perceber a forma arbitrária como a figura mítica da identidade sexual funciona no inconsciente coletivo.

Partindo da resposta de *cg10*, é possível estabelecer relações desse modo ursino de ser masculino com uma matriz hegemônica da masculinidade que num sentido é reproduzida e noutro é refutada. Considere-se, por exemplo, alguns pressupostos um tanto essencialistas que historicamente foram imputados à masculinidade: o controle das emoções, identidade sexual afirmada pelo afastamento com o feminino, a violência inata necessária para a performance do herói, do guerreiro. Todo esse imaginário cristalizado na memória em relação ao masculino emerge atravessado discursivamente no texto do sujeito *cg10*. No entanto, quando se considera a inscrição do corpo no masculino, que historicamente enfatizou traços como altura, “peito pra fora”, “barriga pra dentro”, tamanho do pênis, capacidade de procriação, o que se verifica, do ponto de vista ursino, é uma outra construção para a masculinidade. Isso confere ao conceito de masculino um caráter disperso, em trânsito.

4.2. Marcas no corpo, marcas de si – a inscrição discursiva do urso

Uma questão suspensa da seção anterior que será retomada nesta refere-se ao uso do corpo como *performance*. No caso dos ursos, o corpo é o principal construto que o diferencia frente à já dita figura convencionada ao homoafetivo. Sobre a “construção” do corpo *bear*, é importante mencionar as ideias de Bourdieu sobre a naturalização da masculinidade através da personificação do corpo. O autor vai afirmar que o corpo, enquanto uma construção social,

serve como uma base para a oposição arbitrária através da qual ela se construiu (2001 *apud* HENNEN, 2009). O autor fala do “uso diferencial do corpo e ritos que levam à virilização dos rapazes e à feminização das moças” (1997, p.198). No contexto específico dos ursos, esses ritos seriam o uso do cabelo sempre curto, quando não raspado, a manutenção dos pelos corporais, o modo autoconfiante como exibem seus corpos pesados e volumosos, o uso de tatuagem é outra prática comum aos ursos. Como dito no primeiro capítulo, o uso de barba, bigode ou cavanhaque é quase uma regra.

Esse *esprit de corps* que está ligado aos processos de socialização “exige não apenas a expressão de um sentimento de pertencimento a uma comunidade, mas ainda a manifestação de um reconhecimento desse pertencimento” (ORLANDI, 2006). Por isso, essa escritura



Fig. 20 – bearwww.com



Fig. 21 – Lazy Bear 2008

de si do urso é um gesto simbólico e discursivo na busca por uma subjetividade que produz efeitos de sentido quando o corpo físico passa a desempenhar seu desejo para alcançar o reconhecimento do desejo do corpo social.



Fig. 22 – Encontro de ursos na Espanha

O que o urso veste também compõe o conjunto dessas práticas de se constituir. Para Woodward (2000), existe uma associação entre a identidade da pessoa e as coisas que ela usa; a roupa, nesse caso, funciona como um significante importante da diferença e da identidade. Enquanto há uma atenção muito particular do meio gay com os modelos, as cores, as roupas que serão tendências da próxima

estação, os ursos adotam praticamente um mesmo figurino básico, independente das novidades do mundo fashion: como o ideal de corpo para o qual trabalha o universo da moda é o jovem magro, ainda que quisessem, seria difícil para os ursos vestir-se dentro da ortopedia consagrada pelo mundo da moda. Dito isso, os ursos têm uma maneira bem básica de se vestir, o que inclui geralmente um jeans e camiseta. Usam bastante xadrez e, às vezes, assessórios como bonés, suspensórios e botas.

Toda essa construção que o urso desenvolve no próprio corpo (raspando o cabelo, tatuando-se, mantendo sobrepeso corporal, vestindo-se de modo particular), inscreve-se no que Foucault, recorrendo ao pensamento grego antigo, entende por *austeridade sexual*. A austeridade nesse caso, não aquela proposta pelo cristianismo em que um *eu* deve ser renunciado, “não como uma tradução ou comentário de proibições profundas e essenciais, mas sim como elaboração e estilização de uma atividade no exercício do seu poder e a prática de sua liberdade” (2004, p.210). Toda essa prática tende a uma conduta moral do sujeito, uma vez que este não age simplesmente em conformidade com valores e regras, porém numa certa relação consigo mesmo, não simplesmente como “uma consciência de si”, mas constituição de si como “sujeito moral” levando-o a se conhecer, a se controlar, a pôr-se à prova, a se aperfeiçoar e a se transformar” (*id.* p.214).

Não obstante a tentativa das diferentes instâncias de poder na cultura contemporânea de homogeneizar as práticas da homoafetividade, o urso experimenta uma transformação através da constituição de si. Tornar-se um sujeito moral, dentro do contexto homoafetivo aqui pensado, implica ele criar diferentes modos de subjetivação, que por sua vez, fundamentam-se em todas aquelas *práticas*

de si, já citadas, realizadas pelos ursos. O trabalho de elaboração do homoafetivo urso através destas práticas de si produz um duplo efeito nas relações entre a cultura bear e questões mais gerais da sexualidade: o primeiro efeito é mais particular ao urso, pois legitima a ele um lugar de sujeito não objetivado. Já o segundo efeito é menos específico; quando por meio da *performance* reiterada de tais práticas é possível repensar o caráter “natural” que historicamente se supôs que compunha o gênero e a identidade sexual.

É inevitável relacionar este modo de existência do urso à noção *queer de performance*, pois é “a capacidade dos sujeitos de se rebelarem com relação às normas – idéia voluntarista de representar um ‘papel de gênero’, construindo para si um corpo que expresse e marque uma condição de escolha do sujeito que adota uma identidade”. Isso resume o pensamento de Judith Butler de confundir as diferenças sexuais naturalizadas. Por ser um gesto autônomo e consciente, a performance do urso faz com que ele pareça crível, produzindo um efeito de naturalização. “Este efeito é, em si mesmo, o resultado de uma corporificação de normas, uma reiteração de normas” (apesar dessa reiteração ocultar e dissimular as convenções das quais ela é uma repetição). Dito de outro modo; os ursos, desarticulando uma perspectiva cristalizada em torno da imagem do homossexual, enfatizam em si atributos físicos corporais, gestuais, e atitudes próprias do que se convencionou culturalmente como o modelo masculino heterossexual.

Como pensava Foucault, a construção de um sujeito ético na modernidade pressupõe o governo de si e dos outros. Com base nisso, Gregolin (2007b) vai afirmar ser esse o princípio fundamental na produção de identidade, agenciado por uma rede de discursos que a mídia propaga. O trabalho discursivo da mídia na produção

de identidades acontece juntamente com a reprodução de imagens culturais, a generalização e a integração social dos indivíduos. Todo esse processo é assegurado pela oferta de modelos que são imitados de forma ritualizada: “esses modelos de identidades são socialmente úteis, pois estabelecem paradigmas, estereótipos, maneiras de agir e pensar que simbolicamente, inserem o sujeito na ‘comunidade imaginada’” (*id.* p.50).

Neste ponto, é fundamental reportar-se ao pensamento *queer* acerca das identidades sexuais. Para essa teoria não é possível conceber “identidade” como algo apreensível e essencial; antes, perceber os artifícios sócio-históricos nos quais elas se engendram. Se por um lado há uma ação da mídia no sentido de uniformizar as subjetividades, por outro lado, há o sujeito reelaborando e descobrindo outros modos de ser. É justamente esse um dos fundamentos da teoria *queer*; questionar a sexualização dos corpos, dos desejos, das identidades sem restringir-se aos lugares fronteiriços que as construções culturais impõem. Ainda que pelo curto instante em que a performance do urso questiona essa sexualidade estável, tem-se aí a proposta do pensamento *queer*. Os ursos experimentam um outro tipo de relação consigo, com o outro, com o próprio corpo, com a condição de homoafetivo que destoa do universo gay majoritário.

Até aí, quando os corpos, os sujeitos ainda não se conformaram dentro de uma estratégia normatizadora, é possível vislumbrar um estado de *queerness* no movimento bear. Afinal, estranhar, perturbar, subverter, desestabilizar são marcas próprias da experiência *queer*. Se for possível pensar a condição do sujeito urso como uma tentativa de quebrar barreiras disciplinares e subverter as normas do que seria o gênero masculino, dá para olhá-la pela lente da teoria *queer*.



Fig. 23 - Encontro de ursos; Tidal wave 2009

Toda a “carga de estranheza e de deboche” da cultura *queer* é muito presente na comunidade bear. Nada mais incomum que esses homenzarrões – à primeira vista, tipos bem encontráveis – agindo de modo tranquilo e seguro com a própria sexualidade, a aparência física, numa sociedade em que os sujeitos são agenciados a participar de nichos pré-construídos. É possível que isso esteja relacionado com a maturidade do grupo. Mas a excentricidade própria do *queer* é fato perceptível na cultura bear. É esse espírito de desconstrução que *URSOMAXJF* sugere em sua resposta:

Ser urso é ser feliz com o seu corpo e com sua condição sexual. Ser urso é ser simpático, é ser divertido, é comer com prazer, mas sem exagerar!!!rs. Ser urso é isso. Não importa se muito gordo, pouco gordo, alto, baixo, peludo, liso, afeminado, machão. Ser urso é nosso estilo de vida!!! (*URSOMAXJF*).

Enquanto a principal crítica do pensamento *queer* recai nos princípios binários que a normatização favorece, a ideia do movimento dos ursos, em certa medida, vai ao encontro desse pensamento quando propõe um *estilo de vida* mais inclusivo (como se vê na variedade de tipos de ursos que o movimento reúne), desatento às hierarquias do regime vigente. Este estilo de vida do urso, como pensa *URSOMAXJF*, sob a lógica normatizadora das relações homoafetivas, faz deles sujeitos diferentes, desviantes, pois segundo Louro (2004), eles embaralham, confundem os sinais considerados “próprios” à sua sexualidade. “Ao atravessarem essa fronteira, como atravessadores ilegais de territórios, como migrantes clandestinos que escapam do lugar onde deveriam permanecer” (*id.* p.87), esses sujeitos serão, entre outras coisas, rotulados como minorias.

Para concluir esta discussão sobre a performatividade do corpo do urso e sua relação com a teoria *queer*, pode-se refletir se toda essa multiplicidade de sinais, códigos e atitudes do urso, tomados como referência no interior da cultura homoafetiva em geral, todo esse conjunto de signos que os ursos utilizam como uma linguagem própria e que produzem efeitos de sentido, pelo menos momentaneamente, permitindo que se reconheça esse sujeito no universo das práticas homoafetivas estaria na desconfortável ambiguidade do “entre lugares” que propõe a teoria *queer*.

A resposta a esta questão pode variar, se considerada a ação de desconstrução que o urso realiza sobre a homossexualidade. A imagem do homem másculo, do viril, não está culturalmente associada ao homossexual. Este estereótipo que o urso cultua do lenhador, do caminhoneiro, do homem rústico, visivelmente marcado em seu corpo, soa estranho (*queer*) ao olhar social que historicamente buscou normatizar as identidades e as práticas sexuais. Assim, urso é

queer tanto na perspectiva da homossexualidade, quando desativa a norma erótica do gay afetado, frágil, lânguido de traços femininos (herança ainda greco-romana), bem como a lógica das práticas discursivas da mídia para manter-se magro, jovem, lisinho e na moda, que entende o urso como os *outsiders*. Há também um quê de *queerness* na condição do urso no olhar heteronormativo para a qual o indivíduo másculo deveria ter seu desejo erótico pulsando exclusivamente pelo sexo oposto.

Entretanto, se se considerar que à Teoria *Queer* interessa as identidades antinormativas, os corpos e sujeitos em trânsito, sem uma localização no presente, o urso não caberia nela. Afinal, na tentativa de desvencilhar-se de um padrão de sexualidade, de gênero e de estética ele cria um outro onde corpos, sujeitos, identidades e desejos voltarão a reinscrever-se.

4.3. Marcas do dizer e de si dizer - a iconografia do urso

Nesta seção será discutida a representação e a simbologia ursina a partir do pensamento foucaultiano, que Butler (2008) reforça, no qual a constituição do sujeito depende da destruição do corpo, corpo este que o delimita e o prende. Assim, para que haja alguma “construção” implica haver uma simultânea “destruição” de um corpo-sujeito, que novamente para existir terá que submeter-se à normalização. É por meio de uma série de marcas iconográficas que o urso vai se constituindo enquanto sujeito de uma sexualidade que passa então a ser discursivizada por meio de imagens, símbolos que contribuem para essa “narrativa do eu” urso.

A ideia de desconstrução do corpo se sustenta pelo ideal de beleza “não convencional” que os ursos admiram e promovem. É o que

afirma *nilBH*: “em busca de alguém para desfrutar momentos, dias, meses ou anos de boa cumplicidade. quanto ao que procuro, sinto atração apenas por gordinhos, se for maduro melhor ainda. se apreciou, me procure, enfim”... *Daddywhite* também enfatiza esse modelo ursino que é sexualmente interessante: “Curto homens acima de 35 anos com jeito de homem, sem frescuras, não me importo com padrões de beleza, desde que seja másculo. Ah, curto muito homem com barriga e calvo”. Esta representação simbólica do urso através de um ideal de corpo arrisca-se a incorrer em um paradoxo: em que medida enquanto o urso vai se constituindo como um sujeito ético não se está contribuindo para mais um estereótipo para o homoafetivo?

Esta é uma questão pertinente, uma vez que se verifica um verdadeiro culto à figura do “macho másculo” como é o caso de *Sampa_friend*: “quando digo homens, me refiro a machos q gostam de machos com maiores de 30 anos e responsáveis por teus atos. Estou a espera”. *Afeminados e abaixo do peso sem chance, ursos toda chance do mundo* e de *adilsonman*: “SOU HOMEM QUE GOSTA E TEM TESÃO POR HOMEM, E SÓ. DETESTO E NÃO TENHO MAIOR TESÃO POR AFEMINADOS, BICHINHAS AFETADAS E OUTRAS BONECAS. (TENHO TESÃO POR MADUROS, PELUDOS E PARRUDOS)”. Nesse último *profile*, o sujeito é muito enfático em suas preferências sexuais, inclusive escrevendo todo o texto com letras maiúsculas, que é uma conhecida estratégia discursiva nas conversas virtuais quando se quer ser enérgico com alguém. Outro recurso, nesse caso linguístico-discursivo, usado por *adilsonman* são os parênteses intercalando aquele que talvez seja o principal dado sobre si que o mesmo quer compartilhar.

Além da ênfase no corpo e sua inevitável “desconstrução”, os ursos apresentam um constante cuidado com a autoafirmação como

tais. Esse cuidado é verificado em práticas identificatórias como usar camisetas com enunciados que remetam ao universo dos ursos. Estes enunciados podem ser verbais ou comumente através de elementos iconográficos do movimento: a bandeira, a figura do urso animal ou apenas a pata do urso. Todos esses símbolos são muito presentes também nas tatuagens dos ursos. Esta marcação simbólica, segundo Woodward (2000) é o que dá sentido a práticas e a relações sociais. É o que estabelece as relações de diferença com outras identidades. No caso do urso, esses símbolos o marcam em relação às outras representações identitárias do universo LGBT.



Fig. 24 – TBRU encontro dos ursos do Texas

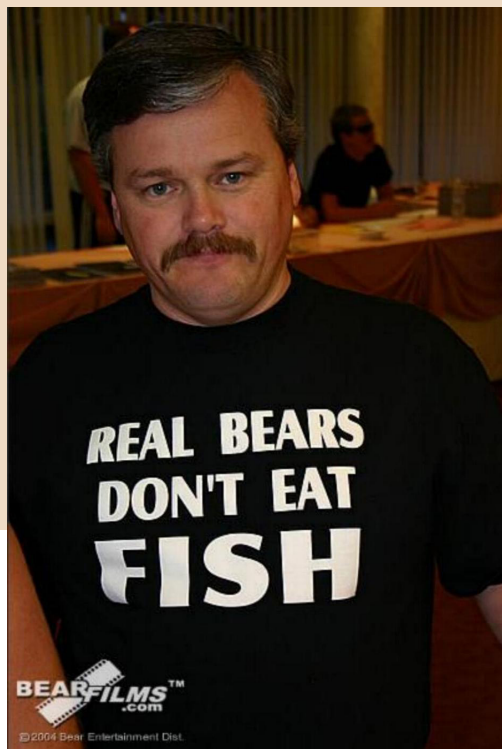
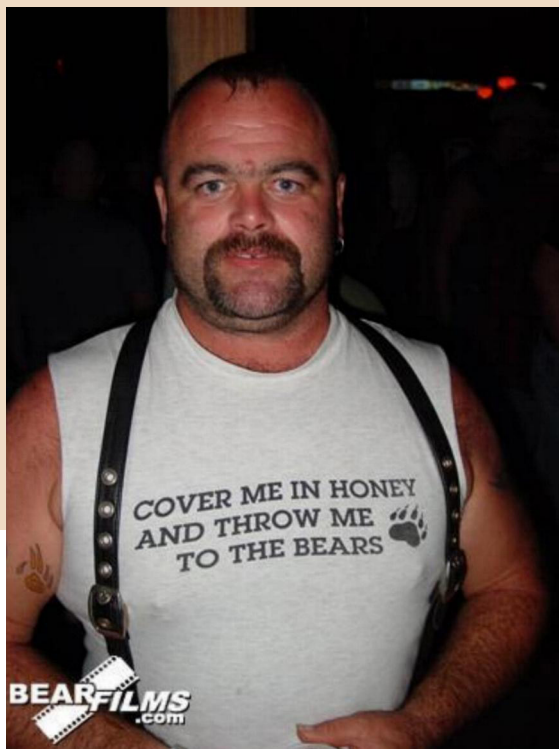


Fig. 25 – “Cubra-me de mel e me jogue aos ursos”. Fig. 26 – “Ursos de verdade não comem peixe”

Os enunciados nas camisetas das figuras 25 e 26 remetem à figura do animal urso através do que Pêcheux entendia como movimento contínuo da memória; retoma-se o dado histórico-científico que este animal tem o mel e o peixe como parte de seus hábitos alimentares. Diante desse fato e do contexto em que é posto, é possível um deslocamento de sentido do vocábulo “urso”. Na figura 25, este termo sugere um jogo ambíguo entre o animal e o sujeito homoafetivo urso. Um efeito de sentido possível nesse caso é de que este sujeito quer ser jogado, e supostamente, “devorado” não pelo animal carnívoro da família dos ursídeos, e sim por outros indivíduos homoafetivos ursos.

O mesmo equívoco linguístico ocorre com “bear” e “eat” na figura 26. Desta vez, o deslizamento de sentido sugere que, diferentemente do animal urso, que come peixe, o homoafetivo urso “come carne”. O jogo polissêmico com os termos *urso* e *comer* desenvolve uma perspectiva para os múltiplos sentidos que os vocábulos sugerem. Neste ponto, o discurso já revelou sua condição de polissêmico, pois nele se verifica o entrecruzamento de formações discursivas diferentes. Numa dessas formações, a memória discursiva recupera a figura do urso enquanto homoafetivo, que não está preocupado com a “boa forma” e se alimenta de forma descomedida, esse mesmo urso que faz sexo com outros ursos – donde, “come”. Numa outra formação discursiva, os vocábulos em questão referem-se de forma denotativa ao animal e seu hábito alimentar. Apesar desses efeitos de sentido originarem-se de campos discursivos diferentes, é necessário que eles emergjam simultaneamente.

Essa produção de sentidos nos enunciados recém apresentados ocorre, portanto, por meio de processos parafrásticos e processos polissêmicos. “Na paráfrase, são produzidas diferentes formulações de um mesmo dizer. É o primado do mesmo. Na polissemia, há uma ruptura com um dizer estabilizado, sedimentado pela memória social, provocando um deslocamento de sentido(s) e instaurando o diferente cuja primazia se acentua” (LEITE, 2007, p.105). Sobre a relação de um enunciado com outras séries de formulações, ou seja, a memória discursiva, ela é uma estratégia muito recorrente nas páginas eletrônicas dos ursos.

A figura 27 é uma foto tirada em fevereiro de 1945, quando soldados americanos erguiam o mastro da bandeira dos Estados Unidos no pico do Monte Subibashi na Batalha de Iwo Jima, durante a Segunda Guerra Mundial. Essa memória é reestabelecida na figura



Fig. 27 – Soldados americanos na batalha de Iwo Jima

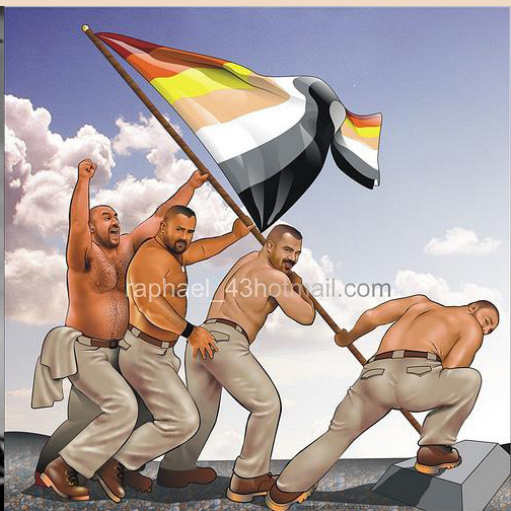


Fig. 28 – Ursos erguendo a bandeira do movimento

28 com os ursos fazendo um gesto semelhante erguendo a bandeira do movimento ursino.

Como posto por Courtine (2005) “toda imagem se inscreve em uma cultura visual”. Isso supõe uma memória visual de tudo que se vê ou como ele afirma, que as imagens têm eco. O autor chamou de *intericonicidade* essa relação entre imagens externas e internas ao sujeito. São imagens que fazem surgir outras imagens vistas ou apenas imaginadas, como acontece com o enunciado que integra uma série de outros dizeres. A relação mais imediata entre as duas imagens se dá pela sensação de conquista, de realização que ambas expressam. Na primeira, os soldados orgulham-se pela conquista bélica da ilha de Iwo Jima, na segunda, os ursos ostentam a bandeira do movimento, que é o símbolo de suas lutas por direitos e liberdade sexuais. Nas duas situações, a bandeira é o ícone que os identifica como elementos de um grupo, ao mesmo tempo que os torna diferentes do “outro”.

Dentre os símbolos que representam a cultura bear, a bandeira talvez seja a imagem mais presente da “memória visual” do urso. A *bandeira internacional da irmandade ursina* (nome como é registrada) foi desenhada em 1995 por Craig Byrnes e apresentada no ano seguinte durante o encontro *Bear Rendez-vous* em São Francisco, California. Como a bandeira do arco-íris, a bandeira dos ursos possui sete cores, mas com uma simbologia particular: as cores da parte superior da bandeira (marrom, laranja, amarela, bege) representam as diferentes cores de pele dos ursos de diferentes etnias ao redor do mundo. Já as três cores na parte inferior da bandeira foram inspiradas nas cores do cabelo dos ursos, de acordo com a idade; preto, cinza e branco.



Fig. 29 – Bandeira movimento ursino

O projeto da bandeira dos ursos, segundo o idealizador, tem um propósito inclusivo ao abrir às diferentes etnias, idades, práticas e gostos (2009). Outra marca de si própria do movimento ursino é a reprodução da pata de um urso no alto do canto esquerdo da

bandeira. Estes símbolos, além de inscreverem-se nos corpos dos ursos, estampam uma variedade de produtos e acessórios que o movimento cria.

A propósito da capacidade de criar dos ursos, é importante destacar outras estratégias discursivas que o grupo produz para dizer de sua homoafetividade. E novamente o movimento vai no contrafluxo do pensamento gay hegemônico em que a maioria comumente prefere resguardar sua condição de homoafetivo.

Os ursos não só assumem uma postura menos irresoluta em relação à própria sexualidade, como desenvolvem práticas que desarticulam alguns discursos já institucionalizados sobre o corpo e os prazeres. Dentre esses discursos, um que tem servido de estratégia da “biopolítica” dos corpos na sociedade contemporânea e tem na mídia seu grande articulador apresenta o ideal da minimidade. É o que Gregolin (2007) denomina de “corpos-mínimos” que os inúmeros enunciados das propagandas sobre saúde e beleza oferecem como objetivo a ser alcançado esteticamente e eticamente. Esta representação de subjetividade é rechaçada pela cultura do “avolumamento” praticada pelos ursos.

A posição-limite em que o urso vive, entre objetivar-se ou transgredir essas representações, aparece também nos jogos discursivos que esses sujeitos operam com a própria língua. Como se observa na figura 30 no sugestivo, por que não dizer metalinguístico, nome de um local de encontro dos ursos na Espanha: “XXL” (Extra Extra Grande). O letreiro na entrada da boate imediatamente remete à imagem da silhueta dos ursos, assim como a dos “corpos-mínimos” generalizados na mídia (ver outros termos ursinos no glossário em anexo). Como também é visto na figura 31, os hábitos alimentares dos ursos, de um modo geral, constituem outras práticas que não

integram a rede de dispositivos controladores do corpo cujo discurso propõe um “corpo saudável” através de exercícios e dietas alimentares. Essa relação do urso com o próprio corpo corresponde às práticas do cuidado de si que Foucault propõe no último tomo de sua história da sexualidade ao retomar a “arte da existência” ou “estética da existência” grega.

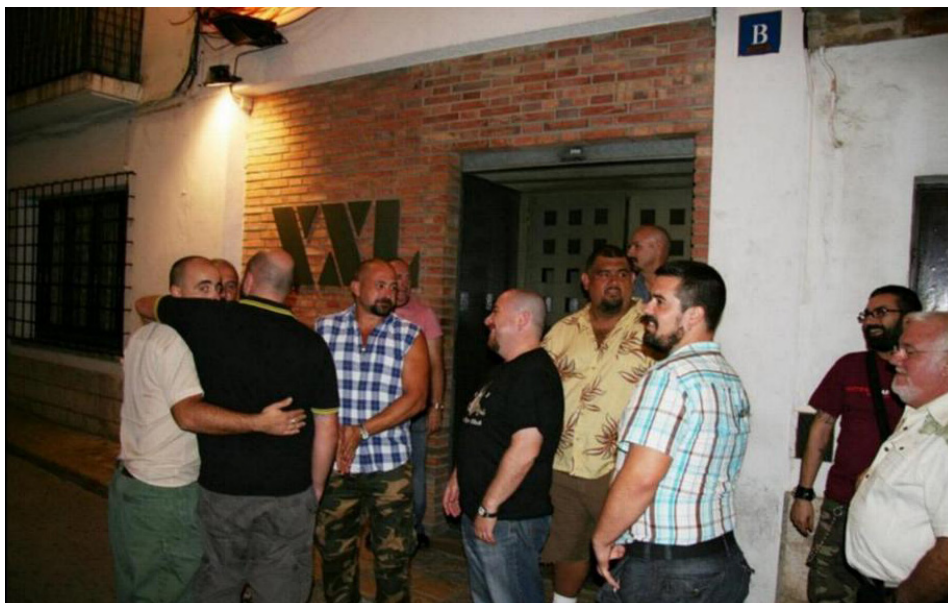


Fig. 30 – Ponto de encontro ursino “Extra Extra Grande”

É importante não perder de vista a questão levantada anteriormente quanto à condição de *queer*, ou não, do urso para relacionar essa cultura *bear* do “avolumamento” do corpo a mais uma forma de controle do Biopoder em um espaço sócio-histórico específico.

Para finalizar esta seção, o ícone cuja associação é mais direta ao universo ursino: o próprio animal urso. A figura do urso enquanto animal está presente nesse meio homoafetivo nas mais variadas for-

mas. De tatuado no corpo, estampado em camisetas, desenhado em diferentes objetos pessoais até o próprio bichinho de pelúcia exibido como mascote, é possível ver referências à imagem desse animal na cultura ursina. Diante de tamanha presença, cabe interrogar sobre a lógica semântica que liga o homem e o animal.



Fig. 31 – “Woofstock”: famoso encontro de urso

Antes, portanto, é importante considerar algumas variantes de significados lexicografados para o termo. Além da conhecida referência ao animal, há registro em dicionário (1988) do vocábulo urso como sinônimo de “indivíduo feio, deselegante e pouco sociável”. Há uma outra derivação de sentido para “indivíduo grosseirão”. Estas anotações lexicológicas sobre o termo urso produzem efeitos de sentido quando relacionadas com tudo o que já se dissera até então

sobre a figura do sujeito homoafetivo urso posto aqui em análise. As marcas da similitude entre ambos são reforçadas pelos comentários de *LordOfDreams*:

O urso além de ser um animal que representa um ser selvagem, enorme, e temido é símbolo da família da união, fazendo de tudo para defender seus familiares, além é claro de ter se transformado em companheiro de cama de muita gente virando um popular bichinho de pelúcia, quem nunca teve um? Portanto além dos pelos e porte em comum acredito está associação esteja ligada também ao Urso ser uma pessoa bacana, que quando necessário se defende, um cara companheiro, bom de abraçar, ter por perto, e que vai fazer de tudo por quem estiver com ele e as pessoas mais próximas usando toda sua força. [...] (LordOfDreams).



Fig. 32 – TBRU encontro dos ursos do Texas

“A narrativa do eu” que o homoafetivo urso faz de si se dá a um só tempo pela dimensão linguístico-discursiva da memória e também por sua dimensão imagética, por que não semiótica, como pensa Davallon (2007), para quem a imagem funciona como um operador da memória social, esta última entendida no entrecruzamento da história com uma memória coletiva. Portanto, é também por meio de um conjunto iconográfico que a identidade do urso é produzida discursivamente e a via por onde ele se classifica como diferente no universo das práticas homoafetivas.

Ao encerrar este tópico recorre-me um dado curioso acerca dessa deriva de sentidos do termo urso. Em alguns locais do Nordeste do Brasil, chama-se, maliciosamente, de urso um homem que corneia um outro com a mulher deste. O “urso”, neste caso, é chamado também de *pé de lã*, pois entra na casa suavemente sem ser percebido pelo marido traído.

A partir dessa figura do urso “pegador”, o carnaval popular de João Pessoa, na Paraíba, em 1990 criou um bloco chamado Urso *gay*. Com a ideia de brincar com essa representação do urso que é amante da esposa alheia, o bloco arrasta os foliões no carnaval fazendo troça com o urso gay, que não seria o amante da esposa, mas do marido desta.

4.4. *A bear friendly: a amizade como modo de vida*

Como bem sintetiza Didier Eribon (2008), os dois vetores da “estética da existência” pensada por Foucault baseiam-se numa *política da amizade* e numa *economia dos prazeres*, ou seja, é preciso trabalhar para constituir belas relações de amizade, a isso dedicando a mais minuciosa atenção e buscando intensificar os prazeres

pela erotização máxima dos corpos. Diante dessa premissa, seria possível constatar nuances desses “outros modos de vida” foucaultianos nas relações homoafetivas dos ursos? Haveria um diferencial no modo relacional dos ursos com seus pares, de modo a não se identificar aos traços psicológicos e às máscaras visíveis do homossexual (2001)? No *profile* de *50aosingle*, fragmentos discursivos no texto assinalam para a importância da amizade como princípio da relação homoafetiva.

Espero conhecer outros bears pelo mundo [...] Em resposta às frequentes perguntas, eu não frequento o meio GLS, e não por uma questão de preconceitos, apenas não é a minha. E não estou procurando uma relação, tenho meu parceiro, e sim amizades com pessoas inteligentes e com bom nível cultural (50aosingle).

Ainda que a virtualidade do espaço on-line potencialize um tipo de busca cuja prioridade está nos possíveis encontros sexuais, estes sites são instâncias sociais que facilitam a aproximação e o estabelecimento de relações de amizade. Mesmo tendo um parceiro, como afirma *50aosingle*, o site é, para ele, um veículo estratégico para conhecer outros ursos pelo mundo e estabelecer vínculos de amizade. Mesmo apresentando-se como pessoas sozinhas e às vezes admitindo estar no site à procura de sexo com outros homens, vários perfis observados fazem alusão primeiro à amizade:

Sou homem a procura de amizades, sexo seguro com outros homens. [...] (Sampafriend).

[...] considero discricção, respeito, verdade, amizade e honestidade fundamentais em qualquer relacionamento, mesmo que seja apenas para sexo (nilBH).

[...] Urso, coroa de 58 anos prefiro jovens entre 20 e 30 anos versáteis ou ativos para amizade encontros discretos, saídas enfim curtir e o que mais rolar [...] (coroa_58).

[...] Mas sei que também tem aí pessoas, que como eu, querem amizade e algo sério... espero encontrar (Mature _ alone).

Esses enunciados reforçam o que defendia Foucault mostrando a amizade e a homossexualidade como novos modos de vida. No interior das práticas homoafetivas, a amizade proporciona novas formas de relacionar-se consigo, com o outro e com o prazer de ambos. Nos depoimentos recolhidos, os ursos têm se mostrado inclinados a uma experimentação de outros prazeres, através da amizade, que não restringem estas relações (entre os ursos) à erótica do sexo.

A propósito da erótica sexual, Foucault (1999) propunha uma “dessexualização do prazer” a partir das práticas sadomasoquistas (S/M). Naquele contexto, a ideia de que o prazer sexual está na base dos prazeres físicos não é válida. É um pensamento análogo à importância que os ursos dão à amizade, especialmente aquelas fora dos circuitos LGBTs, como demonstram alguns *profiles*. Há um discurso corrente no próprio meio gay (incluindo os ursos) no sentido de caracterizar as práticas intersubjetivas nesse meio como uma busca prioritária por sexo:

[...] Não gosto de baladas e não gosto de lugares que tenham muita gente porque na maioria das vezes vira uma confusão generalizada onde ninguém entende o que se diz. Moro em Florianópolis-SC e espero que isso não seja nenhum problema para que quando conhecer alguém que se interessar por mim, ache que isso possa servir de impedimento em continuidade ao conhecimento (por não morar na mesma cidade, etc, etc...), pois acredito que distâncias geográficas se

vencem... Gosto de pessoas e coisas simples, viajar, sou meio saudosista, detesto tudo o que leva “números” e sou amigo das palavras e da escrita... [...] Não gosto de homens afeminados ou que fazem de suas vidas um eterno gueto gay. Não gosto de homens que sempre tentam iniciar um conhecimento com o sexo... acho que a emoção e as palavras falam mais... [...] (Mature@lone).

[...] Em resposta às frequentes perguntas, eu não frequento o meio GLS, e não por uma questão de preconceitos, apenas não é a minha. [...] (50aosingle).

Haveria na proposta de amizade dos ursos um tipo de encontro como no S/M, atravessado por relações de poder, mas que não são relações de dominação, pois primam por uma reciprocidade simétrica, uma espontaneidade sem fixação num contexto determinado? Como demonstram discursivamente alguns *profiles*, no meio gay majoritário essa “fixação” seria a prática sexual em si?

É curioso como se caracteriza a erótica bear. Seu funcionamento no interior das relações de amizade, aquelas que, como afirma Foucault, são obrigadas a se inventar de A a Z. Os ursos com seus códigos estariam criando formas diferentes de se relacionar?

Os ursos ressignificam a noção de beleza e até da própria homossexualidade. Algumas práticas comuns na cultura *bear* sinalizam para essa experimentação através da amizade: o *bearhug* (abraço de urso), as brincadeiras com o próprio corpo pesado, as comilanças, os jogos e competições que organizam durante os encontros parecem tentativas de intensificar o papel da amizade no universo homoafetivo, que é reforçado na intensa camaradagem entre os bears.

Esta relação entre a amizade ursina e o desenvolvimento de uma erótica que vai além da sexualização se reflete também nos números relativos aos sites dos ursos. Em alguns endereços eletrônicos como



Fig. 33 – woofstock 2008

o *bear411.com* as informações fornecidas sobre os usuários são bastante detalhadas: como já se dissera, dos sites pesquisados, este é um dos mais populares; são quase 150 mil usuários. Desse número, 29% declaram estar à procura de amigos, 18% dizem querer apenas sexo e o restante afirma buscar namoro, bate-papo ou não se define.

Quando do espaço na página sobre o suposto “papel sexual” do usuário, 14% classifica-se como ativo no ato sexual, 15% passivo, contra 45% versátil. Os 26% restantes não definiram ou citaram outras práticas. No caso do sujeito versátil, ele pode desfrutar tanto da posição de ativo como de passivo, o que, de certo modo, foge do modelo dicotômico que estabelece papéis para os homossexuais, e consequentemente dá vida a personagens como o bofe e a bicha, o machão e a bichona etc. Para Foucault, essas figuras só reproduzem o padrão heteronormativo da sexualidade.

Em outros dois sites, dentre os pesquisados, em que foram verificados os números relativos à prática e preferência sexual, constatou-se o predomínio do urso versátil. No caso do brasileiro *ursos.com.br*, eles são 30%, enquanto ativos e passivos somam 23%. No site com o maior número de perfis *bearwww.com* (*The Bear World Wide Woof*), dos 180.293 perfis cadastros 40% aparecem como versáteis. A referência a esses números contribui no sentido de questionar em que medida os laços afetivos de amizade entre os ursos distinguem-se, usando uma expressão foucaultiana, “dos traços psicológicos e das máscaras visíveis do homossexual”? Como essa política da amizade ursina, vista como uma técnica de si, contribui para esse novo modo de ser da homoafetividade?



Fig. 34 - Phurfest 2004

É pertinente para finalizar, retomar Didier Eribon citado no início desta seção. Quando trata da relação do gay com o grupo (2008), o autor lembra como a participação na “cena gay” de alguns sujeitos é efêmera e provisória, pois são espaços onde “concorrem abertamente a força da moda, o culto da juventude, da beleza, da virilidade e onde se reformulam as modalidades da exclusão de tudo que se situa fora dessas normas” (*ibid.* p.167). Relacionando esse modelo estruturante da “cena gay” com a *política da amizade* como pensada por Foucault, verifica-se no movimento dos ursos uma busca, pessoal e coletiva, pelo outro. O outro que possibilite a afirmação de si no grupo. O outro com o qual haja uma identificação – e parece não ter problema se essa identificação virar sinônimo de uniformidade – com o qual não se tenha vergonha de vir a ser identificado. E ainda, em muitos casos, não seja preciso demonstrar indícios de uma homofobia internalizada.

Ainda que paradoxal possa parecer, para os ursos, encontrar-se no grupo trata-se de um ato de liberdade: “ali para onde outros o levaram, mas ali onde outros, também, o deixaram” (*id. ibid.*). O urso como um sujeito em construção, cria a recria a si mesmo, pois sempre haverá que se inventar enquanto subjetividade e o que já se produziu são apenas rastros do sujeito na história.

5

Por enquanto

Assim, a “resistência” e a “subjetivação”, a “atitude crítica” e a “criação de modos de vida” são apenas expressões sinônimas para designar o exercício concreto dessa liberdade que permite que os indivíduos e os grupos passem da sujeição à subjetivação e que moldem suas existências específicas ao cultivarem suas diferenças.

Didier Eribon

Apoiado na compreensão de que o discurso funciona como operador entre a sistematicidade e as representações sociais da linguagem, este trabalho partiu da seguinte questão: “Que modos de subjetivação apresentam-se discursivamente nos sites de relacionamento aos ursos, que os particularizam no interior do universo homoafetivo?” Ao levantar esta problemática, conjectura-se a existência de práticas de subjetivação no interior do movimento homossexual, que ali produzem e particularizam a figura de um homoafetivo dito como urso.

Entender como essas práticas funcionam ao lado do quadro tão heterogêneo e das vicissitudes próprias da cultura homossexual foi particularmente um elemento incitante dessa pesquisa. Como estrategicamente, práticas discursivas ou não, traduzem-se em resistência ou numa reinserção nos modelos sexuais hegemônicos de

homo e hétero? Para este intento, objetivou-se analisar os modos de subjetivação discursivizados nos perfis de homoafetivos, que se denominam ursos, inscritos em sites de relacionamento direcionados a este grupo homossexual. Concomitante à análise dos *profiles*, outros importantes elementos imagéticos disponíveis nesses sites incluindo fotografias, desenhos e publicidades formaram um suplementário do *corpus* em estudo.

Isso posto, neste ponto do trabalho é possível declinar que: por sua constituição histórica, e conseqüentemente discursiva, o urso, enquanto sujeito homoafetivo, apresenta-se clivado por diversos outros lugares de enunciadores como o gay convencional, o do macho heterossexual e sua masculinidade hegemônica. Esses atravessamentos são perceptíveis na materialidade linguística de seus *profiles* e no conjunto iconográfico a que os ursos recorrem para se estabelecerem enquanto sujeitos de uma sexualidade.

A um só tempo, as práticas discursivas do urso repetem o modelo heteronormativo de masculinidade através da *performance* física do próprio corpo, e minam a ideia de masculinidade como algo “natural”, uma vez que a “naturalidade” está na reiteração de gestos específicos. Do mesmo modo, faz aparecer o caráter impreciso e ficcional dos papéis de gênero e das identidades sexuais que o movimento gay reivindica. Todas essas práticas que os ursos realizam produzem efeitos de sentido que confirmam a existência de um conjunto de relações de poder historicamente elaborado que encerra a figura do homossexual em um modelo arbitrário eminentemente influenciado por uma cultura da beleza estética. Produz ainda o sentido de que para ser desejável, o urso deve ter “sua própria” gramática corporal, expressa na aparência, ao máximo, daquilo que se convencionou de masculino.

O fato de os ursos buscarem uma via de experimentação para a homoafetividade fora do nicho gay pré-construído os torna sujeitos *queer* e ainda mais pelo tom de estranheza e deboche comum a ambos; afinal, é no mínimo insólito, tipos rústicos e pesados entregando-se a carícias e jogos eróticos com total liberdade. Essa liberdade com a própria condição de homoafetivo aparece discursivizada nos perfis que os ursos fazem de si nos sites de relacionamento e inscrita no próprio corpo dos ursos de diversas formas. Porém, a condição *queer* do urso não se sustenta por muito tempo, pois logo o reinscreve em mais um modelo identitário.

Foi visto que o urso, na tentativa de se construir como uma subjetividade homoafetiva para além dos paradigmas reverenciados na mídia, acaba incorrendo no gesto tentador de definir categorias para os sujeitos – no caso a própria identidade urso. Quando analisa a questão da homossexualidade, Foucault inquieta-se com a necessidade que os gays têm de organizarem-se a partir de uma identidade catalográfica. Tem aí também o “perigo” dos efeitos de poder que a formação desses grupos secretam para com os quais sempre é preciso manifestar “desconfiança” (ERIBON, 2008). A comunidade dos ursos não estaria, portanto, isenta desse “perigo” inerente a qualquer “comunidade”.

Entretanto, como “os modos de vida” pensados por Foucault a partir de uma amizade homoafetiva, caracterizam-se como um elemento importante no horizonte dos processos de subjetivação, a constituição de tais comunidades permanece para ele um gesto fundamental na luta travada para inventar novas formas de existência e moldar novos “estilos de vida”, a fim de escapar ao perigo bem mais ameaçador que fazem pesar o rigor da norma e a sociedade “disciplinar” em seu conjunto (*ibid*).

Mirando-se nessa ótica foucaultiana, entende-se que o urso desenvolve sobre si mesmo um trabalho de elaboração como sujeito homoafetivo. Nesta condição, ele recria modelos e práticas homoeróticas que estabelecerão novas relações de poder, faz uma “narrativa do eu”, porém a luta para não ser objetivado por ações que tentam normatizar as práticas sexuais é dado que não se pode elidir do cerne da ideia de um sujeito “urso”. Propor outro discurso dentro da homoafetividade pode esconder sua *vontade de verdade*, contudo, é um exercício para a construção de um sujeito modificável, transformável, ético.

O tipo de relação de amizade que os ursos estabelecem entre si e o modo como se relacionam com o próprio corpo – a despeito do urso sustentar um corpo não normativo duplamente marginal; fora da cultura gay e dentro desta – favorece a produção desse sujeito ético que reabre a virtualidades relacionais e afetivas. Tudo isso permite dizer que o desenho de hoje que se tem das relações homoafetivas é contornado por uma multiplicidade de formas de expressão, cada uma com suas práticas subjetivas próprias. Isso deixa o sujeito homossexual, em geral, e o urso, em particular, na condição de um efeito provisório sempre a ser refeito num trabalho criativo sobre si mesmo, individual e coletivo.

Uma vez entendido o urso como uma construção subjetiva, em marcha, um devir, como tal, ele insere-se em um contexto social-histórico específico de onde foi possível sua irrupção no contexto das práticas homoafetivas. E quais teriam sido os eventos históricos em cuja causa está o acontecimento do urso enquanto objeto discursivizado e atraído para o domínio teórico da Análise do Discurso? O desenvolvimento de um culto reiterado ao corpo pela mídia? As

mudanças na noção de beleza masculina? A insistência cultural em uniformizar a identidade do homossexual? Ou a necessidade de se afirmar como diferente? Quiçá não todas, mas na sua maioria, estas questões sustentam a problemática do sujeito urso.

Glossário

Admirador ou *Chaser* – um termo que se refere àqueles que não são ursos, mas são sexualmente ou emocionalmente atraídos por estes.

Bearcontro – Como ficaram conhecidos os encontros de ursos, nas diversas cidades brasileiras.

Big Bear – É um urso forte e alto, grande.

Black Bear – Urso de pele negra.

Cave/Den (caverna/gruta) – Local de encontro de ursos.

Chubby Bear – Urso com peso corporal elevado. Apesar de alguns Chubbies serem ursos e identificarem-se com a comunidade, existem outros que não o são. As comunidades de Ursos e Chubbies têm as suas particularidades e podem ser muito diferentes em alguns aspectos.

Cub bear – um jovem (ou com aparência jovem) que gosta de ursos.

Daddy Bear – Urso mais velho que geralmente assume uma postura mais paternal em relação ao parceiro.

Grizzly Bear – São ursos corpulentos, bem proporcionados e peludos. Não necessariamente gordos.

Koala Bear – Urso com o cabelo e pelo louros.

Leather Bear – Um bear que também se assume como leather. Geralmente usa roupa e acessórios de couro típicos da comunidade Leather.

Muscle Bear – Urso musculoso.

Otter (lontra) – Urso mais magro e de porte menor, mas que tem

bastante pelo corporal e barba.

Polar Bear – Urso mais idoso que tem o cabelo e pelo corporal branco.

Pink Money – Refere-se ao poder aquisitivo da comunidade gay em geral. Com o crescimento do movimento homossexual, o “dinheiro rosa” fomentou um mercado mundial de serviços destinados a esse público incluindo boates, lojas, restaurantes, roteiros turísticos e até mesmo táxis.

Queerness – Condição de raro, raridade ou queer.

Woof – Termo usado nas saudações entre ursos. A um urso interessante chama-se Woofy.

Referências

- ASSUMPÇÃO, Ronald. Na mira do mercado. In ASSUMPÇÃO, Ronald. [at al.] *Homossexualidade: produção cultural, cidadania e saúde*. Rio de Janeiro: ABIA, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade a busca por segurança no mundo atual*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.
- BUTLER, Judith. Corpos que pesam: sobre os limites discursos do sexo. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). *O corpo educado: pedagogia da sexualidade*. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.
- _____. *Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade*. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira 2ª edição, 2008.
- CHAUNCEY, George. *Gay New York: Gender, Urban Culture, and the Making of the Gay Male World, 1890-1940*. New York: Basic, 1994.
- COURTINE, J. J. *Intericonicidade – Entre(vista) com Jean-Jacques Courtine*. Disponível em <http://grudiocorpo.blogspot.com>. Acessado em 26 jul. 2009.
- DAVALLON, Gean. A imagem, uma arte de memória? In ACHARD, Pierre [et al.]. *Papel da memória*. Tradução de José Horta Nunes. 2ª edição. Campinas, SP: Pontes Editores, 2007.
- DOMINGOS, José. *Discurso, poder e subjetivação: uma discussão foucaultiana*. João pessoa: Marca de fantasia, 2009.
- ERIBON, Didier. *Reflexões sobre a questão gay*. Tradução de Procopio Abreu. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.

FOUCAULT, Michel. *Michel Foucault, an interview: Sex, Power and the politics of Identity*. Tradução de Wanderson Flor do Nascimento. *The advocate*, n. 400, 1984. p. 26-30 e 58.

_____. *Ditos e escritos*. Vol. V. In: MOTTA, Manoel Barros da. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

_____. Ética, sexualidade, política. Org. Manoel Barros da Motta; Tradução: Elisa Monteiro, Inês Autran Dourado Barbosa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

_____. *História da sexualidade 1: A vontade de saber*. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2007a.

_____. *História da sexualidade 2: O uso dos prazeres*. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2007b.

_____. *História da sexualidade 3: O cuidado de si*. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque Rio de Janeiro: Edições Graal, 2007c.

GREGOLIN, Maria do Rosário. *Discurso, História e a produção de identidades na mídia*. In *Mídia e rede de memória*. Org. Fonseca – Silva, Maria da Conceição e Possenti, Sírio. Vitória da conquista: Uesb, 2007.

HENNEN, Peter. *Bear Bodies, Bear Masculinity: Recuperation, Resistance or Retreat?* Disponível em: <http://www.allacademic.com>, acessado em 4 abr. 2009.

KAMPF, Ray. *The Bear Handbook: A Comprehensive Guide for Those Who Are Husky, Hairy and Homosexual, and Those Who Love*. Nova Iorque: Harrington Park Press, 2000.

LEITE, M^a Regina Baracuhy. Bombril e Ratinho: as vozes da sedução. In GREGOLIN, M^a do R. BARONAS, Roberto (org.). *Análise do Discurso: as materialidades do sentido*. 3ª edição. São Carlo, SP: Claraluz, 2007.

LOURO, Guacira Lopes. *Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

_____. Pedagogias da sexualidade. In *O corpo educado: pedagogia da sexualidade*. 2ª edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

MAGNATIVA, Alexey Dodsworth. Identidade gay e os preconceitos que cerceiam a intolerância. In *Filosofia ciência e vida*. São Paulo: Escala. Ano II, v. 22, p. 15 -23, 2008.

MARTINS, Ferdinando. Foucault e a homossexualidade. In *filosofando*. Disponível em: <http://www.gonline.uol.com.br>, acessado em 21/ mai./2008.

_____. *Teoria Queer: você sabe o que é?* In *filosofando*. Disponível em: <http://www.gonline.uol.com.br>, acessado em 25 jan. 2009.

NUNES, José Horta. Introdução. In: ACHARD, Pierre [et al.]. *Papel da memória*. Tradução de José Horta Nunes. 2ª edição. Campinas, SP: Pontes Editores, 2007.

ORLANDI, Eni P. À flor da pele: indivíduo e sociedade. In MARIANI, Bethânia. *A escrita e os escritos: reflexões em Análise do Discurso e Psicanálise*. São Carlos, SP: Claraluz, 2006.

ORTEGA, Francisco. *Amizade e estética de existência em Foucault*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1999.

PÊCHEUX, Michel. A Análise do Discurso: três épocas. In GADET, Françoise e HAK, Tony. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: EDUNICAMP, 1990.

RÍOS, Rubén H. *Michel Foucault y La condición gay*. Madrid: Campo de Ideas, 2007.

SURESHA, Ron. *Bears on Bears: Interviews & Discussions*. Los Angeles: Alyson Publications, 2002.

TREVISAN, João Silvério. *O fantasma masculino*. In: *Café Filosófico*. São Paulo: TV cultura, 17 de maio, 2009. Programa de TV.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

WRIGHT, Les. *The Bear Book: Readings in the History and Evolution of a Gay Male Subculture*. Nova Iorque: Haworth Press, 2007.

Endereços eletrônicos:

Disponível em <http://www.abearslifemag.com>, acessado em 18 nov. 2008.

Disponível em <http://www.ambear.com.br>, acessado em 10 jun. 2009.

Disponível em <http://www.armariox.com.br>, acessado em 02 jun. 2009.

Disponível em <http://www.bear411.com>, acessado em 21 mai. 2009.

Disponível em <http://www.bearwww.com>, acessado em 26 jun. 2009.

Disponível em <http://www.bearpartymagazine.com>, acessado em 06 mar. 2009.

Disponível em <http://cronica-bear.blogspot.com>, acessado em 16 abr. 2009.

Disponível em <http://www.jovemgay/dicionário.com>, acessado em 08 fev. 2009.

Disponível em <http://www.ososdecordoba.com.ar>, acessado em 22 set. 2008.

Disponível em <http://www.revistaaime.com.br>, acessado em 05 jan. 2009.

Disponível em <http://www.revistadom.com.br>, acessado em 09 jul. 2009.

Disponível em <http://www.ursosmg.com>, acessado em 19 jan. 2009.

Disponível em <http://www.bearssitgesclub.org>, acessado em 16 jul. 2009.

Disponível em <http://www.abcdomarketing.com.br>, acessado em 23 out. 2009.



José Domingos

É doutor em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Tem pesquisado sobre a produção discursiva da mídia em torno da temática da sexualidade e da constituição dos sujeitos. É professor do Departamento de Letras-Português da Universidade Estadual da Paraíba. Lançou pela Marca de Fantasia os livros *Do armário ao altar: a constituição do sujeito homoafetivo no discurso midiático* (2ed. 2020), *Discurso, poder e subjetivação: uma discussão foucaultiana*, (4ed. 2020) e *Linguagem e discurso na constituição do sujeito* (2ed. 2019). Organizou as obras *Práticas discursivas contemporâneas 1: corpo, memória e subjetividade* (3ed. 2021), e *Foucault e mídia: entre pirotécnicas e reflexões* (2017).



O conteúdo deste livro historiciza o sujeito homoafetivo *urso* como uma representação dos diferentes modos de vida dentro do universo das relações homossexuais. Quando analisa a questão da homossexualidade, Foucault inquieta-se com a necessidade que os gays têm de organizarem-se a partir de uma identidade catalográfica. Tem aí também o “perigo” dos efeitos de poder que a formação desses grupos secretam para com os quais sempre é preciso manifestar “desconfiança”. A comunidade dos ursos não estaria, portanto, isenta desse “perigo” inerente a qualquer “comunidade”.