

**JULIANA GONZAGA JAYME**

**“CLONES, BÁRBAROS, REPLICANTES - ARGONAUTAS ESTÉTICOS:  
imitação e simulacro nas relações sociais contemporâneas”**

Dissertação de Mestrado apresentada  
ao Departamento de Antropologia do  
Instituto de Filosofia e Ciências  
Humanas da Universidade Estadual de  
Campinas, sob a orientação da Profa.  
Dra. SUELY KOFES

Este exemplar corresponde à  
redação final da dissertação  
defendida e aprovada pela  
Comissão Julgadora em  
17/5/1996.

Banca:  
Profa. Dra. Regina Polo Müller  
Prof. Dr. Antônio Augusto Arantes Neto  
Profa. Dra. Suely Kofes

*Regina P. Müller*  
*Suely Kofes*  
*Antônio A. Arantes*

maio/1996

## ERRATA

- no final da **página 130 onde se lê:**

"Apresenta-se um falso paradoxo contemporâneo: a"

**leia-se:**

"Apresenta-se um falso paradoxo contemporâneo: a imitação criticada como negação da criatividade e os replicantes recebendo destaque e importância pelo ato de mimetizar."

- no final da **página 131**, as duas últimas linhas repetem-se no início da página seguinte. O trecho em questão é **onde se lê:**

"A partir de uma leitura minuciosa das obras de Baudrillard, Higinia Bruzzi de Melo coloca:"

UNIVERSIDADE	BC
INSTITUTO	
SERIE	
VOLUME	
NUMERO	28078
PROD.	667196
C	<input type="checkbox"/>
D	<input checked="" type="checkbox"/>
PREÇO	79811,00
DATA	24/07/96
Nº CPG	

CM-00090915-5

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA  
BIBLIOTECA DO IFCH - UNICAMP

J336c

Jayne, Juliana Gonzaga

**Clones, bárbaros, replicantes - argonautas estéticos: imitação e simulacro nas relações sociais contemporâneas / Juliana Gonzaga Jayme. - - Campinas, SP: [s.n.], 1996.**

**Orientador: Suely Kofes.**

**Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas.**

**1. Imitação. 2. Comunicação e cultura. 3. Fanatismo. 4. \* Mídia. I. Kofes, Maria Suely. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. III. Título.**

**Para o Kiko,  
pela experiência ímpar de poder  
contar a um só tempo com a  
igualdade e a diferença.**

## AGRADECIMENTOS

Algumas pessoas e instituições foram de extrema importância para o desenvolvimento desta dissertação de forma explícita ou indireta e é neste espaço que pretendo mostrar meu reconhecimento.

Em primeiro lugar, agradeço à Maria Helena, minha mãe, genericamente "por tudo" e, particularmente, por sua presença e disponibilidade, ainda que muitas vezes a quilômetros de distância.

Ao Fredinho e ao Felipe que, mesmo sem se dar conta, sempre me incentivaram e me apoiaram na minha escolha. Muito obrigada!

Ao Fred, meu pai, pelo apoio e incentivo.

Berta, Jayme, Márcia e Conceição, pelo afeto e apoio em todas as horas!

À Suely Kofes, pela orientação sempre atenta e carinhosa e, principalmente, pela qualidade das discussões propostas, respeito, críticas e até mesmo cumplicidade em encontros cotidianos.

À equipe do vídeo "Clones, Bárbaros, Replicantes": Kiko, Caco, Malu e Tônico. Momentos felizes de trabalho e "bate-papo".

Leonardo Figoli, Ana Lúcia Modesto, Chico Jacob, professores do tempo da UFMG, pela leitura detida do ensaio que levaria a esta dissertação. Ainda na FAFICH, agradeço a Antônio Paixão, Renan Springer, Laura da Veiga, Domingos Giroletti e Otávio Dulci.

Wânia, Leo e Karla. Conversas nos corredores da FAFICH, trabalhos em grupo na época da graduação e, sobretudo, amizade.

Aos amigos, Guga, Mônica, Ângela, Ana Cristina, Nathan, Patrícia, Ronaldinho, Rogério, Júnia, Alvinho, Teté, Rubens, Marco Antônio, Gogó e Baliu. Tantos anos de bons momentos em Belo Horizonte!

Fátima, Tatá, Beth, Márcia, Alexandra, Cibele, Alex, Kênia, Rafael, Malu, Antônio, Ana Carolina, Du, Ricardo, Fabinho, Rubinho, Léa, Caco, Máximo, Elaine, Fred, Carlinhos, amigos que tornaram melhor a vida em Campinas.

Em São Paulo, Jurandir, Marta e João Cláudio, pela amizade.

Aos meus colegas no Mestrado, Carlos, Maria Elisa, Paulo André, Stela e, em particular, aos amigos-interlocutores, Artur, Alcides, Edinho, Joana e Vera.

Aos meus professores da UNICAMP: Robin Wright, Guilherme Ruben, Alba Zaluar, Bela Bianco, Guita Debert.

À professora Regina Muller e ao professor Antônio Augusto Arantes, pela leitura atenta, sugestões e críticas no exame de qualificação.

Lurdinha, Esmeralda, Marly, Betânio e Júnior, sempre pacientes e carinhosos ao atender pedidos e resolver problemas. Agradeço ainda aos funcionários da Biblioteca do IFCH.

Kiko, Berta, Malu e Maria Helena, pela revisão minuciosa da dissertação, muito obrigada!

À CAPES, pela bolsa de estudos, sem a qual não seria possível a realização deste trabalho. Ao FAEP/UNICAMP, pelo auxílio para a transcrição das fitas.

Aos clones, que me receberam sempre carinhosamente e muitas vezes abriram as portas de seus quartos/camarins e de sua própria vida para minhas perguntas e observações.

## ÍNDICE

INTRODUÇÃO .....	01
<b>1 - APROXIMANDO DOS CLONES - O COTIDIANO</b>	
1.1. O clone .....	09
1.2. O Trabalho de Campo: "a pesquisa em trânsito" .....	21
1.3. Trajetórias e Encontros.....	29
1.3.1. O "Michael Jackson de Santos" .....	30
1.3.2. A "Madonna Gordinha" .....	38
1.3.3. O "Tim Maia Cover" .....	47
1.4. Sobre o Ritual e o Agrupamento.....	56
1.4.1. Um Momento Propício: o show-ritual e performance.....	56
1.4.2. Estado de Grupo? .....	65
<b>2 - MOTIVAÇÕES PARA TORNAR-SE CLONE, MÍDIA E RECEPTORES</b>	
2.1. O "super fã", dinheiro e status: as motivações sociais para tornar-se clone .....	76
2.2. Os braços da mídia .....	88
2.3. Uma condição de recepção .....	105
<b>3 - IMITAÇÃO E SIMULACRO</b>	
3.1. A Imitação Como Proposta de Compreensão.....	114
3.2. Imitação e "Imagens em Movimento" .....	126
3.3. Simulacro, <i>Kitsch</i> , <i>Trompe l'oeil</i> , <i>mimesis</i> - a imitação hoje.....	131
3.4. A Construção da Imagem-corpo .....	143
3.5. Pensando os clones e parâmetros da criatividade .....	155

<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS - BREVES LINHAS: COMENTÁRIOS E PISTAS SOBRE OS CLONES HOJE .....</b>	<b>167</b>
<b>APÊNDICE - NOTAS SOBRE O VÍDEO "CLONES, BÁRBAROS, REPLICANTES" .....</b>	<b>177</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>182</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>194</b>

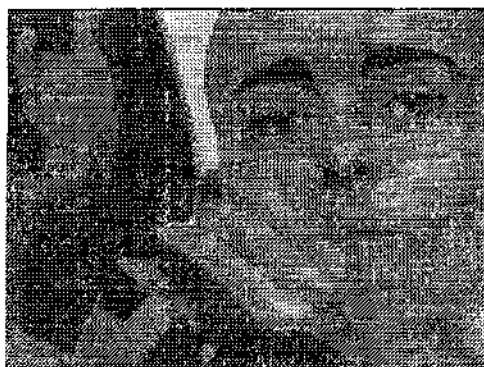


***"Desde menino senti medo dos espelhos (...) eu tinha medo de que algum desses reflexos se pusesse a viver por conta própria. (...) Bem, agora já não temo os espelhos, já não os posso ver ... fui libertado de um modo terrível..."***

**(Jorge Luis Borges)**

***"Eu serei o teu espelho  
refletirei o que és..."***

**(Lou Reed)**



*Buzuzu Cordeiro no video  
"Clones, Bárbaros, Replicantes"*

## INTRODUÇÃO

*"Fazer a etnografia é como tentar ler (no sentido de construir uma leitura de) um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado."*

Clifford Geertz

Madonnas "prostitutas", "Michael Jacksons" sob holofote/abajour, "Elvis Presleys" de 19 anos, saudosos "Raul Seixas" e "*the dream is not over*" - possível por "falsos Beatles". Em um dado momento essas "personagens" se ofereceram, se impuseram ao meu olhar. Artistas pop - brasileiros, estrangeiros, mortos ou não - são "multiplicados" por indivíduos e grupos e estão em "todo" lugar. Estava diante dos clones que se tornaram, então, sujeitos de investigação desta pesquisa - pessoas que copiam, replicam, artistas reconhecidos no cenário contemporâneo.

Os clones se mostravam de uma forma tão intensa, pois eram **muitos e constantes** e de certa forma estavam **sempre** se colocando, aparecendo, e por isso de algum modo me chamaram, me instigaram a tentar compreendê-los. Esta pesquisa, então, não partiu de uma questão teórica, mas, ao contrário, da especificidade de um "grupo"<sup>1</sup>. Foi o "objeto-empírico" que se colocou como "objeto-a-ser-interpretado". E para esta tarefa algumas questões mais amplas foram se delineando.

Revelações da não-criatividade, símbolos do mau gosto, repetidores acrílicos, sub-artistas. Muitos desses rótulos são apresentados no cotidiano como definidores dos clones. Mesmo durante a pesquisa, meu desejo de rotulá-los *a priori* era evidente, como por exemplo, "sacerdotes de um ídolo distante". O jogo da igualdade e da diferença, da repetição quase sempre assimétrica, da relação

---

<sup>1</sup> Essa noção será problematizada, no caso dos clones, já no primeiro capítulo da dissertação.

de alteridade, do particular e do geral. Amadurecer esse olhar foi um grato processo, a transformação de tais rótulos em pontos para a interpretação.

O trabalho aqui apresentado tem por objetivo **investigar e problematizar** um fenômeno cultural - a imitação - pretendendo interpretar suas particularidades contemporâneas, a partir dos imitadores de astros da música pop, presentes no cotidiano. Tais sujeitos podem ser vistos como índices da exacerbação da cópia na sociedade atual, na medida em que replicam artistas que estão em evidência. Nessa "réplica" são significados públicos<sup>2</sup> que circulam, o que pode ser revelador de alguns aspectos da sociedade contemporânea.

De início, a proposta foi trabalhar com os processos culturais da imitação, essa vista como um fenômeno universal. Aos poucos ficou nítido que tal noção apresentava limites e, dessa forma, foi necessário problematizá-la e, ao mesmo tempo, utilizar conceitos correlatos, como *mimesis* (excesso mimético no contexto contemporâneo), reflexividade estética (esta podendo derivar inclusive na percepção de uma motivação estética) e simulacro. A partir dessa problematização, ficaram claros tanto os limites da noção de imitação, como a particularidade do fenômeno estudado na cultura contemporânea.

A pesquisa objetiva ainda uma compreensão dos dispositivos rituais no processo de produção da cópia; refletir sobre a construção visual e corporal do clone, numa performance, na qual ele está colocando em circulação aspectos culturais e estéticos, estes últimos entendidos aqui não só como da ordem do visual, mas como **comportamento estético**, envolvendo sensibilidade - "capacidade mútua de afetar" - tanto na relação clone-modelo, como no encontro entre clone e público.

---

<sup>2</sup> No sentido de Geertz (1989).

A temática escolhida pode se justificar por uma pluralidade de aspectos. A contribuição, mesmo que modesta, para a ampliação da bibliografia sobre processos imitativos hoje, a partir do contato/encontro com esses sujeitos específicos. Os clones ocupam um espaço cada vez maior no cenário contemporâneo e nos meios de comunicação. Os termos *clone* e *cover* foram incorporados ao vocabulário de jornalistas e ensaístas. Nos estudos sobre os fenômenos da imitação e simulacro é visível uma certa escassez de abordagens com uma preocupação empírica, uma etnografia, como é o caso desta pesquisa. Atuar nessa lacuna, acredito, fornece também a relevância do trabalho proposto. A partir da abordagem da cópia em sua forma mais exacerbada - os clones - tenta-se mostrar como esse aguçamento é importante no sentido de contribuir para o entendimento da sociedade contemporânea.

Para Geertz, a descrição etnográfica é microscópica, no sentido de que a partir de assuntos pequenos pode-se chegar a uma interpretação ampla. Em suas palavras:

"O problema metodológico que a natureza microscópica da etnografia apresenta é tanto real como crítico. Mas ele não será resolvido observando uma localidade remota como o mundo numa chávena ou como o equivalente sociológico de uma câmara de nuvens. Deverá ser solucionado (...) através da compreensão de que as ações sociais são comentários a respeito de mais do que elas mesmas; de que, de onde vem uma interpretação não determina para onde ela poderá ser impelida a ir. Fatos pequenos podem relacionar-se a grandes temas..." (1989: 34)

Dessa forma, a idéia é interpretar a conduta simbólica de sujeitos específicos - os clones - pretendendo ir além da dimensão microscópica, via análises que levam em conta o cenário. Procurar compreender as relações dos clones com a mídia, seus processos rituais, suas formas de agrupamento, as motivações sociais que os levam a replicar artistas em evidência, entre outras questões. Ou seja, suas relações em contextos particulares, associadas à instância mais ampla que é o cenário contemporâneo.

Antes de passar para os capítulos propriamente ditos, faço uma rápida visita aos conteúdos específicos de cada um.

No primeiro capítulo - **APROXIMANDO DOS CLONES - O COTIDIANO** - apresento os sujeitos aqui enfocados, além de definir o termo *clone* para esta pesquisa.

Em seguida, o trabalho de campo transforma-se em principal fonte de subsídio para as discussões interpretativas. O ponto de partida é a especificidade e as dificuldades etnográficas em um ambiente urbano com sujeitos que atuam socialmente sem um *locus* delimitado. Da angústia pessoal até a estratégia do contato, esse tópico retoma o processo de chegada ao "campo".

O capítulo avança com a descrição das trajetórias de três clones, e de nossos encontros, com o intuito de situar alguns desses sujeitos como **pessoas**, **individualidades**, procurando, de alguma maneira, "entrar no seu mundo".

Ainda no primeiro capítulo, mesmo que com claras referências empíricas, já existe lugar para interpretações relativas à importância do ritual para os sujeitos enfocados e para as possibilidades, ainda que frágeis, de agrupamento. Os "mega-shows" de Madonna e Michael Jackson - que aconteceram no Brasil durante a pesquisa e que se constituíram em espaços propícios para a coleta de informações - também serão tratados nesse capítulo, na medida em que se

mostraram como fundamentais para entender o quão ritualizado se torna o espetáculo do modelo para o clone, além de revelar a importância desses imitadores mesmo na presença do modelo.

No segundo capítulo - **MOTIVAÇÕES SOCIAIS PARA TORNAR-SE CLONE, MÍDIA E RECEPTORES** - há uma reflexão sobre o que leva os sujeitos em questão a se tornarem "réplicas humanas" - não interessando aqui se imperfeitas ou não. Dispositivos financeiros, mecanismos de obtenção de *status* e prestígio, admiração e reverência que levam ao processo de "espelhar-se" em outro.

Em seguida parte-se para um aprofundamento sobre a discussão entre a indústria cultural e o fenômeno aqui estudado, pensando criticamente as características dessa indústria e percebendo a utilidade e os limites dessa instância para a compreensão dos clones. A multiplicação de artistas em evidência pela chamada indústria da cultura, a diversidade de produtos à disposição sobre as carreiras artísticas, mas também sobre a vida pessoal dos artistas, faz com que a mídia difunda rapidamente os ídolos/modelos, aproximando-os de seu público, mas, de uma maneira tão especial, que acaba por criar uma aura em torno desses artistas. Assim, os distancia e os aproxima a um só tempo. Os ídolos pop estão no nosso cotidiano e, simultaneamente, "a milhas de distância". Da mesma forma que difunde os ídolos originais, a mídia mostra os clones, colocando-os sob a mira de suas câmeras e reportagens escritas.

Encerrando esse capítulo, uma discussão sobre o receptor como pólo de investigação, cuja intenção é mostrar ainda a possibilidade de se perceber o papel ativo dos atores sociais como sujeitos interpretativos. Alguns autores

essenciais para essas discussões são: Max Weber, Umberto Eco, Clifford Geertz, Ana Lúcia Modesto, Edgar Morin, Benjamin, Júlio Plaza, Ondina Fachel Leal.

O último capítulo - **IMITAÇÃO E SIMULACRO** - contém a discussão que envolve os conceitos de imitação, simulacro, hiper-real, *mimesis*, conforme aludido anteriormente. A idéia aqui é tentar mostrar a importância daquilo que está sendo expresso pelos clones, a imitação. Partindo da tradição antropológica - por exemplo, Tarde, Durkheim e Mauss - o capítulo se pauta na delimitação conceitual e na discussão do marco temporal desta pesquisa. Certos autores que de alguma forma trabalham com temas correlatos à imitação ou na interpretação de características culturais da sociedade atualmente foram fundamentais para esse capítulo. Entre eles, Jean Baudrillard, sua comentadora Hígina Bruzzi de Melo, Umberto Eco, Bourdieu, Taussig, Jameson, Ferreira dos Santos.

A construção da imagem/corpo é o ponto seguinte de investigação. Os clones lançam mão de seu próprio corpo como referência ao outro. A imagem, a estética, além dessa dimensão sensível da imitação, são questões cruciais aqui, aliadas à discussão sobre a importância da visualidade no cenário contemporâneo.

Fechando o capítulo, uma reflexão que relaciona os clones com os parâmetros da novidade, diferença e criatividade. Remetendo à macro-discussão a respeito da crítica da não existência do original hoje, a intenção aqui é vincular o fenômeno em estudo com outros parâmetros sociais que expressam a vitalidade, a criação ou não, e mesmo a possibilidade antropofágica, no sentido dos modernistas brasileiros.



Nas **CONSIDERAÇÕES FINAIS**, retomo os pontos fundamentais discutidos durante a dissertação, procurando suas inter-relações. O caráter conclusivo interessa menos do que a possibilidade de associação das idéias desenvolvidas.

Sobre o título desta dissertação, é significativo o fato de que os termos *clones* e *replicantes* - cujos sentidos serão melhor determinados no decorrer do texto - aparecem aqui como noções sinônimas. Entre tais termos, a palavra *bárbaro* aglutina alguns significados. Inicialmente é uma referência a um dos principais informantes desta pesquisa - o transformista Bárbara Buzuzu/Buzuzu Cordeiro. Em segundo lugar, *bárbaro* é um adjetivo muitas vezes usado em ambiente de boates, significando "maravilhoso", "glamouroso", "luxuoso". Por fim, esse termo remete, de alguma forma, ao canibalismo, à possibilidade literal antropofágica. O adjetivo bárbaro - referência a povos antigos - é também uma forma de qualificar ações consideradas "cruéis", "desumanas"<sup>3</sup>. De certa forma, pessoas que se alimentam de outras podem ser vistas como *bárbaras*.

Destaco, finalmente, que foi feito um vídeo-documentário a partir desta pesquisa. Portanto, a dissertação contém um apêndice com algumas informações sobre esse vídeo, além de uma breve reflexão sobre a relação que vem sendo cada vez mais travada, ou ao menos desejada, entre antropologia e linguagens audio-visuais. Aqui, especificamente, foi muito importante essa complementaridade, até pelo forte conteúdo imagético presente na construção do corpo/comportamento desses que se pretendem "replicantes" hoje em dia.

---

<sup>3</sup> Conforme verbete do Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa - Mirador.



*Cena do vídeo  
"Clones, Bárbaros, Replicantes"*

## **1- APROXIMANDO DOS CLONES - O COTIDIANO**

## 1.1- O Clone

***"Nós não temos nome próprio quando a gente tá maquiado, quando a gente sobe no palco, quando a gente põe a maquiagem nós não temos nome, nossos nomes não existem mais."***

**(Integrante do Kiss Cover que se recusa a dizer o nome)**

Antes de entrar na discussão propriamente dita de quem seriam os clones, faço uma reflexão sobre um texto literário de Fausto Fawcett, no qual a idéia de clonagem é abordada. O autor parece apontar para esse fenômeno como condição essencial para se pensar um futuro. Fausto Fawcett escreve sobre uma falha magnética que envolve e ameaça o bairro de Copacabana, no Rio de Janeiro. Santa Clara Poltergeist<sup>1</sup>, nome do livro e da personagem principal, é quem vai solucionar o problema dessa falha, com a ajuda de Mateus - *"um mecânico-negão-eletricista"*.

Em toda a sua história o autor se remete a "lojas de clonagem" espalhadas pelo bairro. Nessas lojas compra-se disfarces genéticos com o "corpo-cara" de várias pessoas, como Maitê Proença, Xuxa, Cicciolina, entre outras.

"Verinha sente que sua fantasia biológica de Maitê começa a escorregar da face e das coxas e dos seios. As fantasias genéticas são conseguidas em butique de clonagem. Verinha de Maitê esbarrou em Avas Gardners, Marcias de Windsor, Stalones etc ..." (Fawcett, s/d: 116)

---

<sup>1</sup> A personagem Santa Clara é também chamada de Verinha Blumenau.

Tratando-se de uma ficção científica, o texto de Fausto Fawcett dá indícios de um futuro fantástico. Mesmo que esse autor não tenha um compromisso com a realidade factual, observa-se no livro um futuro construído a partir de uma hipérbole do presente. Um exagero que, se não precisa ser real, pode ser inspirado neste. Se não encontramos hoje "butiques de clonagem", explicitos armazéns de imitação, nos deparamos com dezenas de "famosos" - estrangeiros ou até mortos - pelas cidades. As roupas-clones não são biológicas e nem vistas em lojas particulares. Mas existem diversas butiques que, apesar de não venderem especificamente "rostos" de pessoas famosas, contribuem para a "construção" desses clones contemporâneos. Além disso, salões de beleza, mesmo que não especializados, também ajudam na maquiagem/cabelo dos imitadores - transformam o corpo do candidato a clone.

Fausto Fawcett constrói um mundo fantástico - em alguns momentos mais ou menos incompatível com o real<sup>2</sup> - onde ser o clone é a regra. Um mundo de simulacros que prevê para o amanhã o acentuar da imitação de hoje.

O termo clone vem da biologia e significa:

"um conjunto de indivíduos originários de outros por multiplicação assexual..." (Buarque de Holanda, 1975)

Existem, hoje em dia, diversas experiências com a clonagem de embriões, especialmente na botânica. A clonagem de plantas medicinais, com intenção de réplica, por exemplo, vem sendo desenvolvida com sucesso na UNICAMP. Por outro lado, conforme relata Silva (1994), há uma polêmica em torno da prática da

---

<sup>2</sup> As ruas são verdadeiras, os bairros são verdadeiros e as personagens muitas vezes são reais.

clonagem celular<sup>3</sup> embrionária humana. O autor cita críticas de Mitterrand - então presidente da França - do Parlamento Europeu, além de setores da igreja.

As experiências com a clonagem de vegetais não vêm acompanhadas de discussões éticas, ao contrário, são vistas como um avanço da botânica, no sentido de que produzem plantas em grande quantidade e com maior poder benéfico, na medida em que replicam aquelas que não possuem qualquer problema celular. Hoje em dia, porém, esses experimentos são realizados com células humanas e estão sempre associados a debates éticos. Ainda que o objetivo nuclear dessa pesquisa seja a reflexão sobre algo que pode ser chamado de "clonagem cultural" - não biológica - é inevitável a constatação de uma coincidência entre o incremento de pesquisas sobre clonagem humana e uma alta incidência de "replicantes-culturais".

É difícil ir além da simples constatação de uma coincidência episódica. Por outro lado, é ainda mais difícil não ser tentado a especulações que de alguma forma associem a clonagem celular humana a essa chamada "clonagem cultural", ainda que não se configure uma relação de causalidade de uma sobre a outra.

Talvez um ponto interessante esteja na compreensão da importância da idéia de modelo em nossa sociedade. Um culto a modelos - extremamente plurais, o que de alguma maneira diferencia de um "culto grego" a modelos universais na antiguidade - pode estar sendo revitalizado. Modelos, ou condutas modelares, não necessariamente padronizadas de forma rigorosa, proliferam. Do tipo diferenciado de beleza e conteúdo - modelos que inspiram a clonagem cultural - até aqueles de inteligência rara - que alimentam as ficções científicas com inspiração na clonagem embrionária.

---

<sup>3</sup> "A experiência consistiu na multiplicação *'in vitro'* de célula embrionária humana, dando origem a uma série de cópias capazes, em princípio, de originar organismos humanos idênticos." (Silva, 1994: 99)

Retomando a idéia de polêmica que suscita o debate ético acerca da clonagem humana de embriões, cientistas, advogados e vários setores da população concordam com a necessidade de discussão. De um lado, alguns demonstram o desejo de que as pesquisas parem. De outro, cientistas apostam na validade generalizada dos experimentos. Silva (op. cit) aponta para a expectativa crítica da materialização do "Admirável Mundo Novo" de Huxley. O medo de que uma estrutura de poder gere a homogeneização através da "fabricação" de seres idênticos. Esse olhar se pautava na concepção, já apontada, da crença de construção de "seres brilhantes" a partir de experimentos com esperma e óvulos de gênios. A fórmula: modelo genial - meio de construção (esperma e óvulo) - gera uma réplica com características geniais.

Como aponta Silva (op. cit), a pouca ou nenhuma validade científica dessa fórmula já a descartaria. Por outra ótica, um ponto mais importante - de fundamentação social - é colocado por esse autor, quando comenta a matéria do geneticista Benno Müller Hill (*in*: Revista Nature, v. 362): a busca da cientificação de práticas racistas. Novamente na análise aqui desenvolvida - que se pautava no "elogio ao modelo" na fase em que vivemos - as pessoas que mais se distanciassem da excelência modelar seriam, justificadamente, discriminadas (ou virtualmente, eliminadas).

Silva segue em seu artigo apontando o "complexo do sócio". A criação biológica de um "outro eu" que ficaria à disposição em caso de distúrbios físicos:

"Teríamos, assim, à disposição, em reserva, verdadeiros retratos à maneira de Dorian Gray, a quem transferir nossos males e defeitos, conservando a juventude eterna. A temática, plágio à parte, prestou-se a muitas obras de ficção científica de valor duvidoso." (Silva, 1994: 102)

Tal sócia, entretanto, só seria útil se exposto a um desenvolvimento físico e cultural idêntico. Daí um inevitável dilema: quem seria o sócia, o outro ou eu?

Não avançando muito mais nas especificidades que envolvem a clonagem embrionária, um exemplo que associa de forma direta essa possibilidade à "clonagem cultural" tratada aqui, vem da ficção literária de Fausto Fawcett. Em lojas futuristas não compraríamos mais máscaras de borracha ou adornos, mas a própria pele - epiderme - de modelos.

Deslocada ou não da discussão ética, a experiência genética humana vem sendo largamente desenvolvida. Os benefícios do ponto de vista de tratamentos médicos são inegáveis. Resta saber se essa distância da ficção - que cria um sentimento de inverossimilhança a lojas de peles humanas e mesmo sócias inteiros - será mantida.

Da ficção para a pesquisa, vale afirmar que o clone, então, é definido biologicamente como réplica. Apropriado pela mídia e, em seguida, pelo cotidiano, o clone tornou-se conhecido como um indivíduo que imita ("encarna", simula, mimetiza, multiplica) um outro famoso, prestigiado, que pode ou não ser seu ídolo. É nesse sentido que o termo é investigado aqui.

Os clones, em geral, procuram a maior aproximação possível entre sua reconstrução e o modelo. De certo modo esse aspecto muitas vezes dificulta a observação de características próprias do imitador, pois estas, não raro, são vistas como "impurezas" na imitação. Outros, ao contrário, conscientes da representação muitas vezes negativa da cópia<sup>4</sup>, não deixam de apontar em entrevistas que procuram um "trabalho próprio", "uma recriação", ainda que no palco ou na rua procurem agir de forma bastante similar ao astro mimetizado e

---

<sup>4</sup> Em outro capítulo discutirei sobre a representação valorativa do ato de copiar.

utilizem como título de seus grupos o mesmo nome do modelo, acrescido apenas do termo cover.

Assim, a relação entre o clone e o cantor imitado pode ser vista como mimética, já que muitas vezes a pretensão é a de copiar os gestos, os trejeitos, o "visual" do outro e isto se dá fisicamente - referência materializada. O clone "encarna" o outro, se vestindo como ele, cantando de forma similar, dublando-o. Seu corpo se torna receptáculo de uma outra pessoa. Antes de tudo, então, a imitação se dá do ponto de vista imagético, o que não elimina e nem assegura a possibilidade de réplica do conteúdo. Esse é um dos recortes significativos da pesquisa, que indica uma preocupação com a imagem similar à do modelo.

Percebe-se então que o clone "oferece a própria pele" ao outro, alguém famoso, reconhecido publicamente, prestigiado, respeitado.... A partir daí é possível perceber que essa oferta do corpo não é apenas ao ídolo, mas ao público, já que em boates, por exemplo, é possível encontrar "Madonnas" acessíveis ao sexo para quem esteja disposto a pagar. Essa inscrição epidérmica remete, de algum modo, à personagem que aparece no final do filme "O Silêncio dos Inocentes"<sup>5</sup>, um *psycho serial killer* que, matando mulheres e arrancando suas peles, constrói uma "roupa feminina" com as peles adquiridas e costuradas. Um clone de uma (s) mulher (es) ignorada (s). Uma mulher que existe apenas como uma reconstrução mental, um modelo, um esquema.

Menos violenta e, por que não, menos requintada, a construção da personagem ícone (clone) remete, às vezes, à noção bastante utilizada por Claude Lévi-Strauss de *bricolage*<sup>6</sup>. Tendo em vista que o sujeito não tem à sua disposição os trajes e ornamentos do ídolo (possuir qualquer objeto que já foi do ídolo é um sinal de extremo *status* para um clone devoto), tem então que

---

<sup>5</sup> Direção de Jonathan Demme.

<sup>6</sup> Faço aqui apenas uma analogia, uma vez que essa noção foi utilizada por Lévi-Strauss para compreender um sistema de pensamento.



reconstruir sua imagem. Operando com materiais que tinham outras finalidades (como pedaços de chapa de metal, rendas retiradas de roupas inteiras etc), o clone constrói com fragmentos sua imagem-todo. Sobre o *bricoleur*, Lévi-Strauss aponta:

"...seu universo material é fechado e a regra do jogo é a de arranjar-se sempre com os meios-limites, isto é, um conjunto, continuamente restrito, de utensílios e materiais heteróclitos..." (1976:38)

Entretanto, o clone pode ser visto como um "*bricoleur invertido*" na medida em que se utiliza de materiais que tinham finalidades distintas para formar um todo (o ídolo) que já está "pronto", ainda que em sua imaginação. Ou seja, o clone parte de um todo-modelo. O *bricoleur* de Lévi-Strauss, diferentemente, parte do nada - do acaso da coleta - e, a partir dos materiais "capturados" (partes), chega a um todo que é uma "novidade".

Conversando com alguns clones foi possível perceber que - mesmo não cultivando o hábito do *bricoleur* de colher materiais sempre, independentemente de seu valor imediato - o processo de construção da imagem, motivado por limites financeiros, faz com que sua conduta possa ser identificada com a de um *bricoleur* ocasional.

*"Para imitar a Madonna eu inventei uma roupa. Peguei uma saia que eu tinha, cortei, coloquei uns crucifixos que achei, coloquei uma botinha igual à que ela dançava, cortei umas rendas de uma blusa e fiz uma parecida com a da Madonna. Isso tudo eu já tinha em casa, aí fui juntando prá ficar parecido." (Flávia - clone da Madonna)*

"... quando eu soube que ele ia vir pro Brasil, eu resolvi fazer a roupa igual a dele. Em setembro, quando ele confirmou o show, eu comecei a fazer. A calça eu já tinha, a jaqueta eu peguei emprestada com um colega meu, o chapéu eu comprei e a luva eu fiz. E eu tava com uma regata branca por baixo da camisa, mas eu já tinha, essa pode ser qualquer uma. Pra fazer a luva, eu peguei cola de isopor e colei a lantejoula na luva e na meia. A calça dele é siri, né, na meia só tem lantejoula na parte que aparece. Eu dobrei a calça pra ficar igual a dele. Dobrei pra dentro pra dizer que era siri mesmo." (Eron, clone de Michael Jackson)

É interessante notar, contudo, que alguns clones chamados profissionais muitas vezes têm uma preocupação tão grande com a fidelidade entre a cópia e o modelo, que contratam costureiros experientes para que a confecção de sua roupa se torne absolutamente idêntica ao vestuário do cantor imitado. Aqui o processo de *bricolage* é menos utilizado, já que o clone não se apropria de roupas ou objetos antigos, antes, busca confeccionar a roupa como um todo e sua atividade de clone profissional, em geral, lhe dá condições financeiras para isso. Vale ressaltar, porém, que muitos desses sujeitos que se profissionalizaram, já foram clones "amadores" em outros tempos, imitando apenas para pequenos públicos ou para amigos e, nesse caso, poderiam ter cultivado esse hábito do *bricoleur*, para construir sua imagem - cópia.

Thiago - clone de Michael Jackson - hoje em dia tem o hábito do *bricoleur*. "Monta-se"<sup>7</sup> como o ídolo a partir de materiais que junta daqui e dali. Mas afirma o desejo de possuir uma roupa confeccionada por um profissional:

---

<sup>7</sup> O termo "se montar" é utilizado pelos próprios clones, com o significado de se vestir como o modelo, imitar. Muito comum entre travestis, transformistas e "drag-queens", nesse caso, significando a utilização de roupas exageradas ou "roupas de mulher". Em uma reportagem da Revista Isto É de 14/02/1996, sobre "drag-queens" o termo é explicado como sendo "... *gíria para o ato de se vestir exageradamente.*"

"A roupa que eu quero mandar fazer é o seguinte: uma luva branca, até o cotovelo, só numa mão, a blusa é uma preta que ele usa, eu vou começar com a preta, com faixa branca no braço, de capitão da dança (...) uma blusa branca por baixo, uma calça balão preta, de linho, e o cintinho que ele usa, assim, de corrente. O tecido é tipo brim pérola."

O clone, mesmo aquele que pode ser visto como *bricoleur*, procura usualmente a maior perfeição na *mimesis*. A expectativa do público para o qual o clone se apresenta também é grande, espera-se algo próximo à perfeição ou, ao contrário, caricatural, grotesco. A própria possibilidade profissional para imitadores parece deixar o espaço marginal em circos ou pequenas boates, para chegar definitivamente aos variados veículos de comunicação. Nos palcos atuais, o parâmetro de comparação é o modelo, assim, é considerada a melhor banda cover aquela que se aproxima de forma fiel ao grupo original.

Uma outra característica que pode ser atribuída ao clone é a possibilidade da troca de modelo. Quando Michael Jackson ficou um período sem lançar disco houve uma diminuição significativa dos clones. Não se encontrava, com a frequência do período de maior exposição desse cantor, tantos imitadores de Michael Jackson. Embora muitos tenham se mantido fiéis ao ídolo à espera do próximo disco, pode-se dizer que houve por parte de outros apenas uma espera relativa e, mais importante, existe à disposição de qualquer pessoa diversos novos ídolos, lançados a todo momento, prontos para serem replicados. Conversando com um garoto que foi clone de Michael Jackson isso ficou claro. Durante esse período ele se tornou um fã de *heavy metal* e a jaqueta usada para

incorporar Michael Jackson ganhou *buttons* de uma banda de rock pesado. A blusa de malha usada por baixo só precisou ser rasgada na gola e mangas para perder o "ar comportado" do antigo ídolo, tornando-se tão "agressiva" quanto o discurso "*heavy*".

Assim, mesmo aquele clone que imita apenas um ídolo, ainda que seja devoto, pode ter uma devoção efêmera. O grupo possui uma identidade submersa que admite mudanças de identificações. A devoção do fã, diferentemente, na maioria das vezes é persistente e nem a morte do cantor pode fazer com que ela acabe ou diminua. Não raro a morte a reforça.

Os clones são muitos e podem ser diferenciados entre si. Em comum têm o fato de se exporem como cópias, xerox imperfeitas de matrizes humanas e replicantes de ídolos pop. Falsos, duplos, espelhos, assim são, ou querem ser, se construindo sempre a partir do outro - **um** outro.

Refletindo sobre o clone e seu universo social, pode-se acreditar em um fenômeno "mentiroso". A mentira, o falso, o simulado, são palavras que se encaixariam perfeitamente em uma observação do mundo dos imitadores. Mas parece, entretanto, que essa impressão imediata pode ser uma armadilha, um epifenômeno, no qual não deve cair a certeza do pesquisador. É preciso observar densamente (Geertz), interpretar o dito e o não dito, pensar o vivido, a experiência, o cotidiano, além de se lembrar a todo o momento que estamos diante de pessoas com carne e sangue (Malinowski).

Nesse sentido, a "mentira" do clone deve ser encarada dentro de diversos contextos, entre os quais, sua relação com o público. Em uma apresentação de bandas cover em Belo Horizonte, observei algo que talvez possa ser chamado de um "pacto" entre o clone e seu espectador. O show da noite - Madonna cover. O

horário - 21 horas. Chego ao teatro uma hora antes e, para meu espanto (inicial), a portaria está lotada! Um público adolescente que, fã da cantora Madonna, se espreme à espera de um melhor lugar. A pergunta: essas pessoas sabem que vão assistir a uma Madonna *fake*? Evidentemente que sim, mas talvez isto não tenha importância naquele momento. O essencial é que vão estar em um teatro assistindo a um espetáculo onde simula-se (e a expectativa é de que, com perfeição) os gestos, a voz, a música, a coreografia de uma cantora consagrada por esse público. A autenticidade aqui talvez não seja o fundamental. O que se espera é vislumbrar naquele palco algo que soa como Madonna.

Do outro lado o bastidor. A "falsa" Madonna com sua banda, seus bailarinos, suas roupas. O clone pensa que é autêntico? Também não, mesmo que possivelmente, e talvez de maneira inconsciente, tenha essa vontade. Ainda que vestida a "caráter", procurando se assemelhar ao máximo com o modelo, mesmo que tenha o desejo de confundir-se com a Madonna, o cover não é a Madonna e nem acredita que seja. Se apresenta como clone, como simulacro.

Estamos diante, então, não de uma mentira propriamente dita, mas talvez de uma fantasia, um jogo, um pacto que envolve de um lado o imitador e do outro o público. Um jogo com regras claras, mas que não exclui a fantasia. Mesmo que tudo esteja às claras pode-se, num ritual, embalar-se de tal forma pelo som, luz, dança, que em algum momento o "falso" e o "autêntico" se não se confundem, misturam-se... Daí o desejo de possuir o autógrafo daquela que, todos sabem, não é a Madonna, mas seu "representante vivo" ali. Não é a Madonna "pasteurizada" e bidimensional da televisão, das fotos de revista e jornal, mas uma Madonna que, mesmo *fake*, é tridimensional e tem carne e osso que podem ser tocados, beijados, abraçados naquele teatro. Uma Madonna que pode dar um *feedback* "real", pode conversar, ouvir, falar, escrever, assinar, beijar.

*Fake*, duplo, mentira, simulacro, cópia, *mimesis*, cover, o clone é tudo isso e de formas muitas vezes distintas. Prostitutas encarnam Madonnas e vendem carnes-simulacros em esquinas de uma grande cidade. Jovens deixam seus topetes e rebolam como Elvis. Pelo mundo inteiro bandas se reúnem em um tributo aos seus ídolos. Esse é o universo que nesta dissertação procuro refletir e entender. Diversos, particulares, mas também globais. Estão em todos os lugares e têm em comum algo socialmente muito forte - a imitação de astros da música pop.

## 1.2- O trabalho de campo: "a pesquisa em trânsito"

*"Imagine-se o leitor sozinho, rodeado apenas de seu equipamento, numa praia tropical próxima a uma aldeia nativa, vendo a lancha ou o barco que o trouxe afastar-se no mar até desaparecer de vista. (...) você nada pode fazer a não ser iniciar imediatamente seu trabalho etnográfico. Suponhamos, além disso, que você seja apenas um principiante, sem nenhuma experiência (...). Isso descreve exatamente a minha iniciação na pesquisa de campo no litoral sul da Nova Guiné. (...) Passei por fases de grande desânimo, quando então me entregava à leitura de um romance qualquer, exatamente como um homem que, numa crise de depressão e tédio tropical se entrega à bebida."*

Malinowski

*Não é a antropologia que, cansada de campos exóticos, volta-se para horizontes mais familiares, sob pena de neles perder sua continuidade (...) mas o próprio mundo contemporâneo que, por causa de suas transformações aceleradas, chama o olhar antropológico..."*

Marc Augé

Nesta pesquisa em particular, uma questão de extrema importância e de alguma dificuldade se colocou: a própria desterritorialização (no sentido literal) dos clones, que não têm um local específico para se encontrar, ou mesmo para estar individualmente. O clone está em qualquer lugar, a qualquer momento. Não há um espaço físico permanente e, além disso, como vou discutir em outro tópico, eles não formam nem um grupo no sentido usual do termo. Por mais que frequentem boates, façam apresentações públicas, assistam a shows de seus modelos e apareçam na mídia, estão em grandes cidades, com dezenas de boates, palcos e canais de televisão. A definição do espaço se confunde com a própria cidade. Se isso é um aspecto cultural merecedor de reflexão, por outro lado, particulariza e dificulta a própria atuação concreta do ato de "ir ao campo".

Por isso, o pesquisador tem sempre que estar fazendo opções, às vezes nem tão proveitosas e acaba geralmente com a sensação de que poderia estar em outro lugar naquele mesmo momento.

Na verdade, essa questão da falta de um território específico dos sujeitos estudados é criadora de angústia. Em geral, nos cursos de Antropologia e nos diversos livros mostra-se o contato com pesquisas feitas em espaços físicos demarcados, onde o pesquisador conta sua aventura em viver-conviver diária e diretamente com os sujeitos que estuda. Os "manuais de pesquisa de campo" e mesmo sofisticados artigos da Antropologia sempre discutiram a importância de procedimentos como a observação participante na pesquisa, momento em que você conhece o cotidiano de grupos inteiros, na medida em que está ali o "tempo todo", se não dormindo e acordando, pelo menos passando dias e dias com seus informantes. Isso acontece mesmo em algumas pesquisas chamadas urbanas, por exemplo, estudos em penitenciárias, conventos, associações e instituições diversas, como a própria Universidade. O espaço comum e único, muitas vezes, é o definidor do objeto de estudo, caso de várias pesquisas, como a de Gilberto Velho em um edifício no Rio de Janeiro<sup>8</sup>. Limites verticais que nitidamente asseguram a "re-construção" de um território.

Com os clones e, certamente, com outros grupos, a convivência diária não existe, até porque, além do "trânsito físico", eles próprios estão envolvidos com outras atividades em seu cotidiano, como escola, trabalho, família etc e, se existem aqueles que são clones todo o tempo, existem outros que só "se montam" para dançar, "fazer show", ou assistir a outros clones ou seus modelos. Dificuldades que vão além da dimensão do espaço, chegando à idéia de tempo.

Na falta de um espaço único, específico, precisava criar mecanismos que possibilitassem estar em contato com meus informantes, mesmo que com cada

---

<sup>8</sup> Velho (1978).



um individualmente ou com pequenos grupos de amigos. Tinha, então, vários locais de trabalho, procurava-os em suas casas, nas boates, nos shows, ou conseguia o contato com empresários, proprietários de espaços de apresentações, donos de bares, mas nunca estava a um só tempo com muitos deles. O procedimento para o encontro, formulado no decorrer da pesquisa, era o seguinte: ia aos shows ou às boates - lugares em que aparecem mais clones - abordava-os com breves perguntas tratando de assuntos mais gerais e marcava entrevistas, conversas, em sua casa ou onde eles quisessem.

Nem sempre conseguia travar um diálogo com eles no primeiro momento, porque estavam em seu espaço de trabalho e, nesse caso, nem sempre tinham tempo para conversar, ou em seu espaço de lazer e, assim, preferiam "paquerar" ou conversar com seus próprios amigos. Apesar disso, quase todos se interessavam em falar, ainda que normalmente em outro momento e em outro local. Assim sendo, não só o espaço é particular na pesquisa em grandes cidades, o tempo para os encontros é, muitas vezes, escasso. Lida-se, não raro, com o resíduo disponível da rotina - em geral bastante atarefada - do informante. Entretanto, por mais dificuldades que encontrasse no campo nunca fui "invisível" (como Geertz, na sua chegada em Bali)<sup>9</sup>. Pelo contrário, minha presença era sempre notada e usualmente bem vinda<sup>10</sup>.

O fato é que os clones se constróem para serem notados, vistos, reparados e muitas vezes eu era o registro de que, além de percebidos, eles

---

<sup>9</sup> *"Nós éramos invasores profissionais, é verdade, mas os aldeões nos trataram como parece que só os balineses tratam as pessoas que não fazem parte de sua vida e que, no entanto, os assediam: como se nós não estivéssemos lá. Para eles, e até certo ponto para nós mesmos, éramos não-pessoas, espectros, criaturas invisíveis."* (Geertz, 1989: 278)

<sup>10</sup> A única exceção foi no show de Boy George, em São Paulo/maio de 1995, quando na verdade já tinha terminado há tempo minha pesquisa de campo, indo lá só por ser uma ocasião especialíssima, pois se tratava de um cantor estrangeiro que teve muitos clones na década de 80. Fui à porta do local onde aconteceria o show com uma boa antecedência, mas os clones que lá estavam, chegaram quase na hora de iniciar o espetáculo, não tendo tempo para conversas do lado de fora. Mesmo assim, consegui conversar com um Boy George cover. Conversa ligeira, pouco recomendável pela antropologia, porém um instante possível. Nesse momento os próprios códigos de acesso já não eram tão secretos.

significavam alguma coisa a mais que não sabiam muito bem como mensurar, mas que os fazia se sentir bem, vistosos, aparentes, lisonjeados. Além disso, sempre comentava que seria feito um vídeo sobre a pesquisa, o que os fazia se mostrarem ainda mais animados com o fato de falar comigo, já que estar em um vídeo seria "maravilhoso" para aqueles que "se montam" e com isso desejam aparecer para um maior número de pessoas.

Apresentei aqui dificuldades e facilidades do meu contato com os clones e me parece que vale a pena discorrer um pouco mais sobre tais questões.

Talvez não tenha feito uma observação participante no sentido usual em que essa expressão é empregada, entretanto estive no campo, pesquisando, conversando e convivendo com os clones, mesmo que de uma forma até certo ponto particular. Essa discussão é importante, na medida em que, se antes ser antropólogo estava vinculado a estudar povos distantes, aldeias nunca vistas, áreas indígenas muito bem demarcadas, hoje o volume de estudos em sociedades complexas cresce cada vez mais. Mesmo que existam, nas cidades, grupos com territórios demarcados, existem tantos outros que, como os clones, podem fornecer caminhos para uma discussão das sociedades atuais, sem ter um espaço físico específico e concreto onde podem ser encontrados. Como sugere Silveira Jr., se referindo à socialidade contemporânea:

"E tudo é muito efêmero. Os grupos se dissolvem na mesma rapidez com que se formam. Além disso as pessoas participam de vários grupos ao mesmo tempo. Dentro das redes de relações operam-se cristalizações fugazes, casuais..." (1991: 92)

Dessa forma, a noção de observação participante em alguns casos deve ser, no mínimo, relativizada, ou melhor, contextualizada.

Em uma discussão sobre o fazer antropologia e o mundo contemporâneo - "supermodernidade" - Marc Augé afirma:

"A antropologia sempre foi uma antropologia do aqui e do agora. O etnólogo em exercício é aquele que se encontra em algum lugar e que descreve aquilo que observa ou escuta naquele momento mesmo (...) o fato é que toda etnologia supõe um testemunho direto de uma atualidade presente. Tudo o que afasta da observação direta de campo afasta, também, da etnologia." (1994: 14)

Entretanto, para o autor, vivemos numa "supermodernidade", que é produtora de "não-lugares", noção oposta à de lugar sociológico, cultura localizada no tempo e no espaço:

"...por 'não-lugar' designamos duas realidades complementares, porém distintas: espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços." (Augé, 1994: 87)

Assim, é preciso, segundo o autor, que a antropologia volte os olhos para essa realidade contemporânea que supõe a passagem, o efêmero, o provisório, o "não-lugar" e que por si só constitui objeto de investigação. Como é dito na epígrafe deste capítulo e parece que não é demais repetir:

"Não é a antropologia que, cansada de campos exóticos, volta-se para horizontes mais familiares, sob pena de

neles perder sua continuidade (...) mas o próprio mundo contemporâneo que, por causa de suas transformações aceleradas, chama o olhar antropológico..." (Augé, 1994: 27)

Não sei se vivemos em uma "supermodernidade" e nem é minha pretensão aqui discutir sobre isso. O fato é que a sociedade contemporânea possui particularidades que merecem ser observadas. Os clones fazem parte desse mundo e, de algum modo, nos dão pistas para interpretar algumas questões a ele relacionadas. Da mesma forma que os próprios meios de comunicação, os clones multiplicam ídolos, artistas pop, ao saírem nas ruas como réplicas que são ou pretendem ser. Sem se constituírem em um grupo, espalhados pelas cidades, pode ser que estejam ocupando os "não-lugares" de que fala Marc Augé<sup>11</sup>. Estão em trânsito, desterritorializados, perambulam pelas ruas, boates, ônibus e estão aí para quem quiser ver. Foram eles próprios que se mostraram a mim, buscaram meu olhar "de outro".

Ao vê-los aos montes - se repetindo, repetindo artistas tão conhecidos - fui chamada a tentar compreendê-los, interpretá-los. E, nesse caso, torna-se difícil não concordar com Augé, quando ele diz que é o mundo contemporâneo que chama o olhar antropológico. Além disso, em sua particularidade, expressa que é possível estar em contato com pessoas que, mesmo sem ocupar um espaço demarcado, agem socialmente e, parafraseando Geertz (1989), articulam formas culturais.

---

<sup>11</sup> A idéia de "não-lugar" desenvolvida por Marc Augé não exclui a preocupação com contextos culturais. Iniciando a discussão em um aeroporto - símbolo do "não-lugar" - encerra o livro com a proibição de se beber em um avião que sobrevoa a Arábia Saudita. Referência curiosa e marcante da especificidade cultural no mundo contemporâneo. "A intrusão do território no espaço fica assim expressa. *Terra=sociedade=nação=cultura=religião: a equação do lugar antropológico se reinscreve fugidamente no espaço.*" (Augé, 1994: 107)

Por causa da própria desterritorialização dos clones, as entrevistas aconteciam isoladamente e em espaços às vezes não ideais, mas tive o cuidado de observá-los em festas, shows, em seu próprio quarto se arrumando, pois só dessa forma seria possível compreendê-los, interpretá-los, até porque, por mais que se pretenda fazer uma análise êmica dos sujeitos observados, o discurso às vezes nos prega peças e em certos momentos a compreensão se dá na própria incoerência comum entre discurso e comportamento de certos grupos.

O fato é que a pesquisa de campo é, como bem sabemos, absolutamente fascinante e reveladora para o antropólogo. Se não fosse a experiência do "estar lá", conversando, convivendo, apreendendo discursos e comportamentos de sujeitos até então desconhecidos para mim, não poderia "estar aqui"<sup>12</sup>, escrevendo esse texto ou descrevendo comportamentos e discursos daqueles com quem convivi.

Mesmo que tenha ido para o campo com hipóteses formuladas, perguntas de algum modo previamente respondidas, fui disposta - ou o encontro, talvez tenha me aberto, como que involuntariamente e aos poucos - a escutar, observar o que os clones - aqueles sujeitos dos quais iria falar - tinham para dizer. Evidentemente que a partir daí algumas hipóteses se perderam, outras foram formuladas e às questões antigas somavam-se novas.

Ou seja, à medida em que avançava a coleta de dados, a observação, as conversas e mesmo a reflexão teórica, fui percebendo cada vez mais nitidamente o quão fundamental é a já famosa idéia de **encontro** para o antropólogo e para essa pesquisa em especial. Para dar apenas dois exemplos: quando comecei a me interessar pelo tema dessa pesquisa tinha uma hipótese firmemente clara de que o clone se apresentava como um "sacerdote" do mito distante. Assim, pensava que a aparição dos clones se tornava mais possível e facilitada devido à

---

<sup>12</sup> Geertz (1990)

distância do ídolo/modelo. No trabalho de campo, que iniciei na mesma época em que aconteceram no Brasil os mega-shows de Madonna e Michael Jackson<sup>13</sup>, essa hipótese se desmoronou e pude observar um aumento significativo de clones desses dois cantores, simultaneamente à estada deles no Brasil. Ao menos ficou claro que, se esses sujeitos podem estar associados à idéia de "sacerdote" de um mito distante, essa distância é menos espacial, do tipo: clones-suprem-ídolos-no exterior. O trabalho de campo despontou a necessidade de pensar a distância do ponto de vista de prestígio, distância social associada a valores nos quais o clone tem o desejo de situar-se, na interface do modelo e seu público.

Um outro exemplo se refere à própria definição de quem seriam os clones. Antes de conhecê-los com profundidade, acreditava que eram apenas um tipo especial de fã, talvez mais exagerado do que aquele usual, na medida em que demonstravam sua fidelidade na "própria pele" e atitudes. Com o campo percebi que existem outras motivações para o tornar-se clone, como será discutido no segundo capítulo.

A partir do que vem sendo exposto até aqui, percebe-se que a possibilidade da pesquisa de campo na antropologia não está diretamente vinculada a espaços físicos demarcados e mesmo com essas características - o campo multifacetado - é possível a observação direta e espero que essa etnografia tenha permitido mostrar o desafio que foi esta pesquisa. Se concordarmos com Geertz (1989) que a etnografia é uma descrição densa, ainda não há como fazê-la sem ter "estado lá", no campo, pois só assim, o "estar-aqui" escrevendo pode ser feito de forma *fictia* (no sentido de Geertz, 1989) - que seja

---

<sup>13</sup> Talvez os artistas mais imitados atualmente no Brasil.

- mas não fantasiosa<sup>14</sup>. Ficções sim, mas porque construções, interpretações intersubjetivas de uma cultura da qual você não faz parte, não é nativo, mas acaba por conhecer, mesmo que de forma recortada, a partir de um aspecto que possa ter chamado mais atenção, de todo modo, estando lá, você se distancia da idéia de estar adivinhando coisas<sup>15</sup>.

### 1.3- Trajetórias e Encontros

Neste tópico, a pretensão é descrever, ainda que de maneira breve, parte da trajetória de alguns clones e aspectos relativos aos nossos encontros, com o intuito de apresentar algumas personagens desta dissertação como individualidades, como pessoas. A escolha destes três clones - Eron, Ketulley e Bola - se deu na medida em que, de certo modo, a partir de seu discurso e comportamento, eles se tornam reveladores de algumas características dos clones em geral.

---

<sup>14</sup> Talvez, no futuro, a tecnologia nos reserve encontros mediados entre os sujeitos estudados e o antropólogo. Mesmo assim, a idéia de deslocamento, virtual ou não, se mantém. Ao antropólogo ainda caberá o ato de ir, de carro, de avião, de ônibus, à pé, de trem, ou pelo fluxo do sinal das telecomunicações. Provavelmente a diferença entre as formas de vencer os caminhos e chegar aos sujeitos interfere e interferirá ainda mais nas estratégias metodológicas de pesquisa.

<sup>15</sup> Vale a pena citar aqui trechos de duas autoras sobre o ato de estar no campo. Para Ruth Cardoso, "*Observar é contar, descrever e situar os fatos únicos e os cotidianos, construindo cadeias de significação.*" (1986: 103) Em sua pesquisa sobre o movimento *punk*, Janice Caiafa afirma que "... o campo é a oportunidade de conhecer de dentro uma prática social concreta, estudar um grupo a partir de uma experiência com ele, participar de momentos de atualização de seu funcionamento." (1985: 25)

### 1.3.1- O Michael Jackson de Santos

Vi Eron pela primeira vez na saída do show de Michael Jackson, no estádio do Morumbi, em São Paulo. Vestia calça preta, camisa branca abotoada até o colarinho, chapéu, jaqueta de couro com alguns *buttons*, sapatos pretos, meias brancas com lantejoulas aparentes e uma luva também cravada de brilhos, em apenas uma mão. Esse foi o visual básico de Michael Jackson durante muito tempo. Sua luva única é uma marca que se perpetua apesar das mudanças frequentes. Assim como as alvas meias à mostra, devido a uma calça que termina nos tornozelos.

Eron é negro e quando o conheci seus cabelos estavam curtos, como foram os de Michael Jackson até sua última aparição desde o espetáculo no Brasil. Nesse show seus cabelos estão compridos, quase lisos, a pele definitivamente assume um tom esbranquiçado, ponto esse polêmico e comentado de forma crítica no mundo inteiro.

Para ser clone, no entanto, não parece necessário vestir o último "visual" de cantores que primam pela mudança estética em cada novo trabalho apresentado ao grande público. No espaço de dois anos - intervalo usual entre os discos de Michael Jackson - é possível que os cabelos cresçam, tornem-se lisos, que o nariz afine e que a cor da pele mude, ainda que sob olhares incrédulos - ou entusiasmados - de fãs, imprensa e o público em geral. Para o clone, então, torna-se mais viável imitar a imagem anterior, já veiculada suficientemente pelos meios de comunicação.

No trabalho de campo me valia sempre do reconhecimento do clone pelo visual. Normalmente a construção da imagem incorpora um pouco do atraso da chegada da informação. Esse lapso de tempo, porém, é cada vez menor. No caso de Eron não foi diferente. Assim que o avistei entre vários ônibus de excursão,



pessoas as mais distintas e entre outros "Michael Jacksons", não podia deixar de perceber que estava diante de um clone do cantor que apresentara seu show naquela noite.

Fui ao seu encontro, me apresentei e - procedimento padrão - propus uma conversa em outro dia. Eron tinha pressa, procurava o ônibus que o levaria a Santos, sua cidade. Combinamos uma entrevista em sua casa no fim de semana.

Numa quente manhã de sábado, saio de Campinas em direção a Santos. Da rodoviária de Santos até a casa do clone de "Michael" vejo diversas pessoas com trajes de praia. Não havia nuvens no céu. Ao chegar, encontro Eron com a mesma roupa do dia em que o conheci. Só faltava a jaqueta preta de couro. Não esperava encontrá-lo vestido daquela maneira, principalmente pelo calor e porque já sabia que a primeira vez que ele tinha "se montado" como Michael Jackson foi no dia do show e me disse que só se vestiria de novo em ocasiões especiais. Percebi, com felicidade, o quão importante era o nosso encontro para Eron.

Eron - que tinha 19 anos na época do trabalho de campo - vive em uma casa ampla, de "classe média alta", em Santos. Falou-me insistentemente que é filho adotivo. Sua mãe é uma moça que trabalhava na casa dessa família que o adotou quando já tinha 14 anos. A mãe deixou o emprego e voltou para Cubatão, cidade de onde eles vieram. Eron ficou e hoje trabalha durante o dia na firma de auto-peças do pai adotivo e estuda à noite. Sempre que pode ajuda a mãe - "*minha mãe mesmo*", como ele diz - e os sete irmãos que estão em Cubatão.

Antes de se mudar para Santos, Eron gostava de "dança de rua" - *break, funk* - e dançava com seu irmão e alguns amigos. Desde criança ouvia os discos de Michael Jackson e já era um fã. Passou a colecionar *posters*, jornais e revistas que falavam sobre o cantor e hoje possui sete pastas com informações sobre o

ídolo. Quando já estava em Santos, gravou pelo vídeo-cassete todos os *clips* e filmes de Michael Jackson que passavam na TV. Hoje há uma antena parabólica em sua casa, o que, segundo ele, "*facilitou muito, porque pega a MTV e a Globosat que passa muitos clips do Michael...*"

Apesar de nunca ter se vestido como Michael Jackson antes do show do Brasil, Eron já treinava as coreografias do ídolo e, segundo ele, já tinha um comportamento que, de algum modo, era próximo ao de Michael Jackson.

*"Eu também não fumo e não bebo, mas carne vermelha eu como. Mas eu tento fazer parecido com ele quase tudo, eu também adoro criança, por exemplo."*

A fidelidade anunciada é tanta que Eron, mesmo reconhecendo gostar de Madonna, afirma que jamais iria em seu show, devido à necessidade existente de uma escolha manifesta por ela ou Michael Jackson<sup>16</sup>. O relacionamento com o ídolo marca a presença de uma opção e, com isso, as renúncias que essa escolha acarreta.

*"Eu não vou no show da Madonna, porque ela é rival dele (risos) e aí não dá pra gostar dos dois ao mesmo tempo. (...) Antigamente eles não eram rival, porque os dois vão vir pro Brasil e querem ver qual o show que vai ser melhor. Tá na cara que o da Madonna vai ser melhor, né, porque o dela vai ser, fala que vai ter sexo explícito, a maioria dos homens vai pra ver isso. O do Michael Jackson só foi quem é fã, gosta das músicas dele, gosta das danças dele. Madonna todo mundo vai pra ver o que que ela vai fazer lá. (...) Eu*

---

<sup>16</sup> A imprensa de fato proclama esta rivalidade, ao mostrar em suas reportagens brigas e discussões ocorridas entre os dois astros.

*gosto da Madonna, eu só não vou no show dela, mas eu gosto da Madonna, mas nem tanto como do Michael Jackson. Mas eu só tenho disco do Michael Jackson e de dança funk, da Madonna não."*

Uma das irmãs adotivas de Eron tem uma academia de dança que funciona em baixo de sua casa. É lá que ele ensaia seus passos de Michael Jackson. Como poucos clones - se considera um felizardo -, tem à mão um cenário que necessita de poucos ajustes. A academia é o seu palco cotidiano.

*"Eu via a fita inteira, desligava, colocava o disco dele e aí tentava dançar igual, eu dançava na academia da minha irmã de criação, tem um monte de espelho, aí dava pra ver se tava ficando igual. Eu não faço aula de dança porque não dá tempo, eu trabalho e estudo. Se desse tempo eu ia dançar jazz. Mas no começo do ano que vem eu vou começar a dançar, porque aí eu fico com mais molejo no corpo, fico mais entrosado com a coreografia que eu vou dançar no concurso."*

Como foi dito, o espetáculo de Michael Jackson no Brasil foi a iniciação de Eron na prática de se vestir de forma similar ao ídolo. Quando ficou sabendo do show resolveu fazer uma roupa igual à de "Michael" para assisti-lo. Conseguiu uma jaqueta emprestada, comprou o chapéu e os *buttons*, a calça comprida e a camisa já tinha em casa e colou as lantejoulas em uma luva e na meia. Pensava que todo mundo iria vestido como Michael Jackson ao show e formulou sua estratégia de estar integrado. Ficou agradavelmente surpreso, porém, quando viu que no ônibus de excursão que o levaria para São Paulo ele era o único clone -

pelo menos facilmente reconhecível como tal. Assim mesmo, a identificação com outras pessoas foi inevitável. Se não por uma similaridade absoluta nos trajes, por uma simpatia e mesmo reverência delas para com ele.

Na saída do ônibus Eron foi fotografado pela imprensa local, apareceu na televisão, deu vários autógrafos e tirou fotos ao lado de outros fãs. Já em São Paulo, fez sucesso também entre outros cover, que queriam saber - entre outras coisas - onde ele tinha comprado partes do seu traje.

*"Eles vieram conversar comigo e ficaram admirados, como tu fez essa luva, onde tu comprou? Eu falei, eu não comprei, eu fiz. Eu tava mais legal que eles, por causa da luva, só a luva já me fez ficar mais legal. Eu só não tava com o cabelo, né, se tivesse com o cabelo grande também... perguntaram como que eu fiz a luva e eu falei: colei com lantejola, mas tem que fazer com boa vontade."*

Eron conta esses casos com visível orgulho.

*"... fiquei famoso, fiquei sem jeito, porque eu não sabia o que fazer, não ia fazer que nem ele, né, tampar o rosto e ir embora, não tirar foto com ninguém, aí eu tirei, fiquei lá. Quando eu resolvi vestir que nem ele pra ir no show, eu não imaginava isso, pensava que todo mundo ia que nem eu, né, aí eu tava até na academia ensaiando, aí chegou um primo meu, gostou, né, aí eu fiquei com vergonha dele me ver vestido, aí eu ia saindo da academia pra tirar a roupa e eles não deixaram, eles mandaram eu vir aqui pra mostrar como é que tava, aí eles gostaram, falaram: pô, tá legal pra caramba! Eu ter ficado famoso, as pessoas ficarem me chamando de Michael, isso dá uma luz pra*

*mim chegar onde eu quero, né, eu quero chegar em cover pelo menos, pelo menos eu quero chegar até o concurso, né, pelo menos isso eu quero fazer (...) mas é bem difícil dançar essa coreografia que eu vou dançar dele, dançar que nem ele mesmo, aquilo lá é difícil!"*

Pela fala de Eron percebe-se que ele não se considera cover. Para ele, a noção se define por uma associação ao fato de ser profissional. Cover seria aquela pessoa que faz show de imitação, que canta e dança como o modelo. Nesse sentido, seu sonho coincide com uma possibilidade de ascensão profissional que inclui, fundamentalmente, os brilhos e luzes dos espetáculos e o reconhecimento por parte de outras pessoas.

*"... o meu sonho é montar um grupo pra dançar igual o Michael, isso que é meu sonho, um monte de gente e eu, que nem a coreografia dele, quase igual. Eu ainda não fiz isso porque eu não achei ninguém. A maioria quer tudo dançar rock, mas eu vou encontrar. E eu queria cantar também. Eu tenho vontade de saber inglês, né, pra cantar que nem ele. Precisa saber inglês, mas o negócio é que eu não tenho tempo, né, eu trabalho, eu trabalho com auto-peças, então não dá. Agora, eu podia fazer show fora daqui, né, isso é meu sonho. Meu sonho é ser Michael Jackson Cover, eu não quero mais saber de nada, só dançar aí, direto. Mas eu tenho que trabalhar, né, porque eu tenho a minha mãe mesmo, viúva, tenho mais sete irmãos, aí todo mês quando eu recebo eu vou lá ajudar ela, lá em Cubatão."*

O clone Eron aspira a uma transcendência de suas fronteiras através do encarnar Michael Jackson. A força com que destaca o idioma e o desejo de estar "além dali" foi, inclusive, um aspecto importante para a continuidade de nossos encontros.

Essa primeira entrevista com Eron, depois do show de Michael Jackson, talvez tenha sido a mais rica. Foi a única vez que estive em sua casa, nos outros encontros ele foi até Campinas, porque todos já estavam relacionados ao vídeo que seria realizado. Em sua casa, o sonho de ser cover se impunha. Durante os procedimentos para a realização do vídeo, de alguma forma - e mesmo que em uma parcela reduzida -, fragmentos do sonho já se mostravam mais próximos. Eron já se tornava ali sujeito de lentes objetivas e luzes.

Estando em sua casa, pude perceber alguns meandros de sua relação familiar, por exemplo, que escapam da oralidade. Nossa conversa foi na sala de visitas, de portas fechadas, mas em vários momentos pessoas da família entraram na sala, conversaram comigo, serviram salgadinhos, escutaram parte da entrevista. Se por um lado essa conduta poderia ser vista como não ideal, já que o informante poderia se sentir pouco à vontade na frente de outras pessoas, por outro lado se mostrou profundamente enriquecedora para o trabalho, para a compreensão de alguns aspectos que não são ditos.

Ficou claro que Eron é muito grato à família que o adotou, mas que não se sente filho, irmão, não se sente "em casa". Precisa provar a todo instante sua importância, sua bondade, sua honestidade, sua "força de vontade". Minha presença ali, de algum modo, contribuiu para a sua importância na casa. Alguém viajou vários quilômetros por causa de Eron, ou do futuro Michael Jackson Cover, ou "nosso Michael Jackson", como disse sua mãe ao me conhecer.

Talvez mais do que a relação entre o clone e o ídolo, o contato com Eron tenha possibilitado a compreensão de que as relações pessoais do clone sejam determinantes em sua postura. Ao contrário de alguns clones, cujo desejo manifesto é "pular" na frente do ídolo, se exibir para ele, o anseio de Eron é, antes, o de atingir sua família e um público "que o reconheça". Importando menos - ainda que na esfera dos sonhos - que o "verdadeiro" Michael um dia o perceba, Eron quer a satisfação do reconhecimento por aqueles que o cercam e que virão a cercá-lo.

Interessante que tudo começou para Eron devido ao seu fanatismo. Mesmo que deixe escapar em algumas falas que intuía o sucesso que faria como imitador, é nítido que Eron não "se construiu" como o ídolo por isso. O vestir-se como Michael Jackson para ir ao show significava, antes de tudo, um tributo ao cantor. O sonho de se tornar cover, talvez mais confuso antes do show, materializou-se após o fim do espetáculo, depois do sucesso do clone, depois do prestígio relacionado à sua figura/simulacro. Eron torna-se, de algum modo, o Michael Jackson de Santos e, como tal, é reconhecido na escola, na praia e, talvez mais importante para ele, na própria família. É com visível orgulho que sua mãe, ao me ver, diz: "*você veio entrevistar o nosso Michael Jackson, né?*" Embora em tom jocoso, brincalhão, é também com orgulho que o pai e o tio de Eron repetem a quem estiver próximo, que a Rede Globo está indo em Santos para falar com ele. A Rede Globo, no caso, era eu, a pesquisadora que teve, em alguns momentos, sua identidade confundida. Muitos clones pensavam - e no caso de Eron e sua família, isso tornou-se mais claro - que estavam diante de uma jornalista, uma repórter. Expliquei que não, mas me pareceu que eles não acreditaram ou não quiseram acreditar.

Antes do que uma entrevista, minha experiência com Eron pode inclusive ter tido as consequências de um estímulo, um primeiro passo. A questionável "receita" de invisibilidade - interferência minimizada - no encontro antropológico não teve lugar aqui.

### **1.3.2 - A Madonna gordinha**

Sete anos de Academia. Ketulley acreditava que esse seria o tempo para definitivamente ficar igual à Madonna

Voltando para Campinas, depois do show da Madonna em São Paulo, consegui um lugar em um ônibus de excursão. Foi lá que conheci Ketulley. Não tinha percebido que havia um clone no ônibus, já que ela não foi ao espetáculo vestida como a cantora. Se é um imperativo para ser clone a apropriação do visual, não imaginei que alguém que se veste como Madonna optaria por uma outra roupa no dia do show de seu modelo. Comentei sobre minha pesquisa com o guia da excursão e ele me apresentou Ketulley, que já tinha contado a diversas pessoas do ônibus que se vestia como Madonna para dançar em boates e que era a "maior fã" dessa cantora.

A excursão Campinas/São Paulo era organizada através de ônibus que levavam e traziam o mesmo grupo<sup>17</sup>, assim, as pessoas já se conheciam e pude perceber como Ketulley tornou-se "popular" entre seus companheiros de viagem. Todos sabiam algumas de suas histórias, que ela contava para quem estivesse disposto ou não a ouvir. Comigo não foi diferente e viemos conversando durante todo o trajeto de volta, que tornou-se longo, devido a uma pequena batida entre

---

<sup>17</sup> Consegui voltar nesse ônibus porque tinha uma vaga. Na verdade tinha chegado a São Paulo um dia antes, para acompanhar fãs e clones na porta do hotel onde Madonna se hospedara.



nosso ônibus e um carro, ainda em São Paulo, o que aumentou consideravelmente o tempo de nosso retorno.

Durante a viagem, então, Ketulley me contou diversos pontos de sua relação com Madonna. Se considerava a maior fã da cantora, tinha em casa muitas coisas sobre ela, contou ainda como fazia suas roupas, como se maquiava, além de algumas histórias "picantes", que sempre davam o tom de sua fala. Namorados, relacionamentos íntimos, o que ela faz, o que Madonna faria em algumas situações de paquera etc. Marcamos uma conversa em sua casa para outro dia, na qual eu levaria o gravador.

Fui de ônibus para a casa de Ketulley e combinamos que ela me buscaria no ponto. Quando cheguei, estava à minha espera com um amigo, que me apresentou dizendo que ele era fã da Madonna, **não como ela**, mas que também guardava recortes de jornais sobre a cantora, tinha os discos e mandou fazer uma camiseta com o rosto de Madonna estampado na frente.

*"Eu sou a maior fã (da Madonna), porque eu defendo ela, tipo, alguém vem falar dela pra mim. Eu entro em discussão pra falar os contra e os a favores dela, né, muita gente que eu conheço falava mal dela e hoje não fala mais, por causa de mim. Então, ser fã não é só vestir igual, tem que ter todos os discos, revistas, eu compro mesmo, né. Hoje eu paguei cr\$13.000,00<sup>18</sup> só de revista dela, antiga, né, agora de manhã que eu paguei isso, mas tem que defender o nome dela, porque muita gente fala mal, o Notícias Populares, mesmo, adora falar mal dela."<sup>19</sup>*

---

<sup>18</sup> Valor de 1993

<sup>19</sup> Apesar de afirmar seu fanatismo por Madonna, Ketulley me contou que já teve outros dois grandes ídolos. Elton Jonh, de quem ela tinha todos os discos e Jonh Bon Jovi, sendo que este último já "inspirava" Ketulley em seu visual. Por causa dele, afirma que passou a usar roupas pretas, como as que ele usava.

O ponto do ônibus era perto da casa de Ketulley e até lá nossa conversa girou em torno da admiração por Madonna. Ao chegar, Ketulley me levou para o seu quarto, onde três *posters* da cantora se esticavam na parede e algumas pastas com fotos e reportagens se espalhavam pela cama, as quais Ketulley me mostrou com toda a paciência, me explicando sobre a época a que se referia cada foto. Entre os *posters* fixados nitidamente há algum tempo e aquelas pastas dispostas na cama para o nosso encontro, o cenário de nossa conversa estava preparado. Parecia que o encontro não era somente entre antropólogo e informante. Onipresente em cada centímetro, era como se Madonna estivesse ali, ocupando muito do espaço do pequeno quarto. Ao passarmos as páginas dos cadernos/albums, sempre parávamos para um olhar ou uma conversa mais detida. Quando aparecia alguma foto em que Madonna estivesse vestida com uma roupa que Ketulley tinha igual, me mostrava a sua roupa, contava como tinha feito. Passamos a tarde nesse quarto e tivemos uma longa conversa, da qual parte foi gravada e várias informações foram importantes em momentos descontraídos.

Durante o trabalho de campo, Ketulley estava com 19 anos. Não trabalhava. Estudava à noite em uma escola, onde fazia muito sucesso. O motivo: lá ela era a Madonna.

*"Lá no colégio todo mundo me chama de Madonna, todo mundo, não, mas muita gente. Tem um colega meu que sempre me enche o saco, fala que eu sou a Madonna, mas fala de loura burra também. No dia da greve, na quinta-feira, não teve aula, então tava um tumulto lá na frente da escola, teve um menino que passou, eu acho que ele não sabe o meu nome, então ele pegou e falou: 'oi **Madonninha**, tudo bem?' sábado agora ele também falou comigo assim."*

Como Eron, Ketulley não se vê como Madonna cover, também por uma associação entre esse termo e a profissionalização do imitar. Ela diz que imita Madonna, além de se achar parecida com a cantora, mas não é cover, antes, é fã. "A maior fã da Madonna". Existe um "peso" na palavra cover para esses clones que não imitam profissionalmente, muitas vezes relacionado a uma projeção de um futuro. Em um trecho da entrevista de Ketulley isso se torna claro:

*"Pra ser cover da Madonna eu tinha que emagrecer. Porque eu acho que o cover, ele tem que ter muito do cantor. Tem que ter a voz parecida, o jeito, teria que ser parecido, o cabelo, a roupa, sabe, precisava emagrecer, pintar de novo o cabelo, tem que ter um padrão bem parecido com o dela."*

Ao mesmo tempo, Ketulley não se cansa de dizer o quão é parecida com a "mega-star", tanto no modo de ser, como no de se vestir, cortar o cabelo, pensar:

*"Eu me acho parecida com a Madonna de rosto e de jeito. Ainda uma colega tava aqui uma vez, eu tirei a blusa, ela olhou e falou assim - porque várias fotos dela (Madonna) tem ela pelada, né - daí ela falou assim: 'até assim você parece a Madonna, quer dizer, se você emagrecesse até parecia'. Por causa do meu corpo. O modelo do corpo é igual, tinha que emagrecer bem pra chegar a ficar igual, emagrecer e uns sete, oito anos de academia, pra ficar com os músculos dela."*

Ketulle, além de visivelmente mais gorda que Madonna, proporcionou a compreensão de um dado fundamental que orientou muitos de meus encontros. Em alguns casos, era evidente a semelhança física, acentuada por roupas e trejeitos, entre clone e modelo. Esse foi, por exemplo, o caso de Bola, clone do Tim Maia, tratado a seguir, ou Gilberto Augusto, cover de Elvis Presley, com quem tive diversos encontros. Sinceramente, pouco ou nada para mim aproximava as feições ou o corpo de Ketulle à sua modelo. Mesmo vestida como Madonna, qualquer semelhança física clara era residual. Não podendo lançar mão de estratégias de classificação objetivas dos clones, tais quais buscas insensatas de olhos e narizes parecidos, optei por considerar a auto-representação sobre o físico como a mais importante. Ketulle não é mais ou menos clone que Regina Restelli (atriz de teatro e televisão e a cover brasileira de Madonna mais famosa, por uma afirmação pública de feições similares). Na verdade, não cabia nesta pesquisa julgar se ela era parecida ou não. A opção foi me deter nesse auto-julgamento que, no caso de Ketulle, era a afirmação de uma certeza. Mesmo se buscasse "modelos perfeitos" de clones, tarefa usual de produtores de programas de televisão ou revistas, teria que me render a Ketulle. Se a barriga as diferencia, para a clone os seios as aproxima de forma definitiva. Quilos a mais podem sumir em academias, ainda que esse fosse, no julgar da lúdica Ketulle, um longo e penoso processo ao qual ela parecia pouco disposta a se entregar. Para ela, porém, tudo estava certo, os traços físicos "permanentes", como boca e nariz eram o suficiente. As outras transformações do corpo poderiam ser adquiridas, se assim fosse desejado. Tinta no cabelo, quilos deixados em academias e, no máximo, uma voz ou jeito de cantar aperfeiçoado em uma escola de música.

Como Eron, Ketulley é, antes de tudo, uma fã que leva ao limite a exposição de seu amor pelo ídolo. A Madonna é vista como sensacional, quase que paradoxalmente como única, e por isso é imitada. Tornar-se "igual" a ela é antes de tudo um esforço de aproximação física (corpórea), porém não concreta (a relação é da ordem da imaginação, não do contato pessoal com o ídolo). Para Ketulley, o que Madonna faz "está certo", "é bom", "vale a pena". Nada mais coerente que um jogo simétrico do tentar fazer igual. Dessa forma, as "falas picantes" desta clone, a que me refiro no início de sua trajetória, seguem, de algum modo, um replicar do "padrão Madonna de ser". Essa estrela é reconhecida pelos escândalos sexuais. Masturba-se no palco e em vídeo e a sexualidade é tema recorrente em suas entrevistas. Em 1994 foi lançado no Brasil o caríssimo livro "Sex", com destaque para fotos de Madonna nua, junto a homens e mulheres. Alguns países já proibiram apresentações suas argumentando o forte apelo sexual de seus shows e de suas músicas.

Ketulley, ainda que em menor escala que Madonna, tenta o tempo todo demonstrar seu lado sexual. Contou-me vários casos em que teve relações sexuais ou "quase transou" com *disk jockeys* (D. J.) em boates de Campinas. Sempre comparando sua atitude à de Madonna:

*"A Madonna era assim, ela chegava, queria conhecer os D.Js. pra ela ser divulgada, né, ela teve muitos casos com D.J., tal, como eu te falei, lá, aquela época, as boates, elas faziam disco, então ela (Madonna) ia atrás, então ela conseguia fazer gravação, até chegar na primeira gravação que ela fez. Eu não quero fazer gravação, mas eu quero ter o CDV<sup>20</sup> da Madonna e só os D.Js. podem me arrumar, então eu faço igual ela fazia."*

---

<sup>20</sup> Disco em laser com sons e imagens.

Esse comportamento de Ketulley e principalmente as descrições a ele relacionadas, demonstram, antes de tudo, um esforço de afirmação da sua fidelidade para com a estrela. Faz o que pensa que Madonna faria não somente para obter o prestígio relacionado a "ser como Madonna", mas porque acredita que parece tanto com o ídolo que até o comportamento é similar ou igual. Aqui Ketulley e Eron se apresentam como muito próximos. O "ter o jeito igual" ao do ídolo remete a uma predisposição a aceitar, mais, gostar de tudo o que é feito pelo ídolo, "é defender" o ídolo, como afirma Ketulley. E é interessante como Ketulley é falante, "despachada", extrovertida, como Madonna. Eron, por outro lado, é tímido, reservado, de poucas palavras, como Michael Jackson. Minhas conversas com Ketulley aconteciam mais facilmente, com maior fluidez, enquanto que com Eron eram mais difíceis, sendo que muitas vezes ele respondia laconicamente. É claro que essa personalidade não está vinculada apenas a uma imitação, mas salta aos olhos a diferença. Eron quase não fala palavrão e em nenhum momento contou casos relacionados a namoro, por exemplo. O tom de sua fala é sério, contido, mesmo quando contava sobre como fez a roupa com que foi ao show,

As falas de Ketulley, diferentemente, possuem um tom mais leve, mais divertido. Não trabalha, mas tem vontade de trabalhar, não por achar importante em si, mas porque seria a maneira de conseguir dinheiro para comprar mais revistas sobre Madonna, mandar fazer mais roupas iguais às da cantora, comprar um aparelho de CD para ouvir os discos que, inclusive, já possui à espera do *CD player*. Os pequenos discos são vistos como objetos que se deve colecionar, tendo, inclusive, um valor distinto ao de seu uso original. A imagem de Madonna construída por Ketulley está muito mais relacionada ao divertimento, ao lúdico. Em nenhum momento Ketulley diz que Madonna se tornou uma "mega-

star" por um esforço pessoal, como dizem tantas reportagens sobre a cantora, antes, ela se lembra do lado referente "ao jeitinho", ao paquerar D.Js. para conseguir gravar um disco, por exemplo. O lúdico é invocado no discurso de Ketulley de forma recorrente.

*"E se não me engano eu tava passando um pano de chão cantando, eu tô lembrando, daí começou a falar assim, os dois cochicharam no sofá, cê viu, é a Madonna brasileira, isso a minha colega falando pra ele, ele falou assim: não, não, é a Madonna faxineira mesmo, né?"*

No comportamento, Ketulley insiste em afirmar uma identidade similar à de Madonna. Uma outra esfera, porém, particulariza a construção de associação entre o clone e o ídolo: o forjar coincidências. A imitação aqui é vista quase que como uma condição transcendental. Era "impossível" que ela não **fosse levada** a imitar Madonna em função de fatos que julga unir de forma definitiva as vidas em jogo, a sua e a da modelo. Em uma combinação no mínimo estranha de datas e números, Ketulley afirma esse caráter transcendente, maior que ela própria, que **obrigou** essa identificação de comportamento e visualidade com Madonna.

*"O aniversário dela (Madonna) é o dobro do meu. O meu é 8 o dela é 16, do mesmo mês, mesmo signo - agosto. E acho que é por causa disso, por causa do jeito, sempre eu tive esse jeito louco que todo mundo falava. Porque o meu jeito é parecido com o dela. Agora, depois que eu comecei a gostar dela, pode ser que eu tenha forçado um pouquinho a mais isso. Mas sem eu perceber acontece. Às vezes eu tô fazendo alguma coisa, né, e lembra."*

O imitar aqui é justificado pela crença em uma associação mística. Ser clone de Madonna é, antes de tudo, um ato de render-se. Mais que uma escolha, a exposição de algo que acredita ser uma entrega.

Mas, ao mesmo tempo em que Ketulley se acha parecida com Madonna - de maneira transcendental até - afirma que também imita, para se tornar mais parecida ainda, e nesse caso copia o modo de vestir, pentear, maquiar e o modo de ser, se comportar:

*"Algumas vezes quando eu vou conversar, algum gesto com a mão que eu faço, que ela já fez, quando eu tô discutindo, porque quando ela tava discutindo no show eu lembro que ela discutia, mexia no cabelo direto, é que o que não tá certo é o português com o inglês, eu lembro que ela ficava passando muito a mão no cabelo, mexia muito a mão e na hora que eu tô discutindo, eu pego e faço, faço de propósito, Às vezes limpar o olho quando ela tava chorando é igual, mas já é mania, né, mas por causa dela, (...) ela faz. Tem várias roupas dela que eu já vi e quero fazer. Eu tenho uma boca de sino, eu tenho uma pantalonas que eu quero fazer, que é parecida com a do show. Eu tenho uma blusa de renda, ela é uma blusa, só que ela (Madonna) tem um vestido que em cima é igualzinho a minha blusa. Eu quero um vestido longo e justo. Ela tem também, bastante, já vi vários."*



### 1.3.3 - O Tim Maia cover

A trajetória de Bola difere em diversos aspectos daquelas descritas anteriormente. Em primeiro lugar, Bola é bem mais velho que Eron e Ketulley. Na época do trabalho de campo tinha 36 anos. Antes de ser cover, Bola é músico e, mesmo se colocando como fã do Tim Maia, diz claramente que a carreira cover está relacionada a um modo de ganhar dinheiro como músico, além de servir como um "trampolim" para a sua carreira de saxofonista e compositor. Além disso, as principais referências musicais de Bola são de artistas brasileiros, como o próprio Tim Maia. Esse poderia ser um fato residual, porém se pensarmos no cover ocupando possíveis hiatos entre ídolo e público, a nacionalidade do modelo remete muitas vezes a uma atuação em um mesmo território físico.

Entrevistei Bola em sua pequena casa em São Paulo. Cheguei até ele de modo distinto de Eron e Ketulley. Em Campinas existe uma produtora de shows e eventos especializada em cover. Em seu catálogo vi esse gordo personagem que encarna Tim Maia. Desde os primeiros contatos telefônicos Bola se mostrou receptivo, como a maior parte dos entrevistados desta pesquisa.

No início de nossa conversa o Tim Maia cover já assumia uma postura explicativa para a sua opção:

*"A situação faz o monge, né, a coisa tava feia pro meu lado profissionalmente e o campo musical é um campo muito bonito, mas muito pouco remunerado e eu não tinha como ficar correndo atrás de música e de ficar esperando alguém me ligar, porque se você vai acompanhar um artista, um cantor e você faz uma temporada com ele de seis, sete meses e o ano continua, o ano são doze meses e você é obrigado a*

*trabalhar, e você é obrigado a pensar em música e alguns amigos meus acharam, pô, vamos fazer um show cover de Tim Maia e diziam: 'você vai estourar de ganhar dinheiro' e eu mergulhei nessa carreira. E ganha mais dinheiro mesmo, não ganha dinheiro pra ficar rico, mas a remuneração é bem melhor (...) como o que eu sei fazer e o que eu gosto de fazer é ser músico, eu optei por esse lado, o lado mais fácil. Mas eu já gostava do Tim Maia, eu já era fã dele, eu tenho todos os discos dele, tenho as fitas, vou ao show, não o conheço pessoalmente, gostaria de conhecê-lo, sabe, mas eu já era fã dele."*

Entre a descrição de um cenário negativo que o levou a essa carreira e a admiração por Tim Maia, o esforço de Bola é o de não se fazer passar por mercenário e explicita ainda que o ato de "ser cover" é essencialmente marcado por um tom provisório:

*"Cover é uma passagem, cover é uma escada, um trampolim. (...) O próprio Roberto Carlos disse que tentava imitar o João Gilberto (...) por que não eu? Por que eu tenho que ser diferente? Eu não tenho vergonha de dizer que estou usando o Tim Maia como um trampolim para o Bola fazer um trabalho dele próprio."*

A relação que Bola tem com a música, de certa forma, determina inclusive seu tom defensivo ao responder às perguntas. É inegável que o *status* de cover, se não é exatamente mal visto por seus colegas de profissão, jamais se aproxima do status de "artista original". Esse quadro de relações sociais, no qual a música é integrante decisiva, faz parte da vida de Bola. Ele vem de uma família de

músicos e começou a tocar saxofone aos 10 anos de idade, quando seu pai morreu e Bola passou a ser criado por um tio, também músico. Foi jogador de futebol, mas devido a um problema no joelho - além de sua gordura crescente nessa época - teve que parar com o esporte. Fez "Faculdade" - como ele diz -, trabalhou em escritório, chegou a dar aulas, mas afirma que não se adaptou a nenhuma dessas profissões. A relação com a música é descrita por ele com orgulho e vista quase que como inevitável. Para Bola, então, fazer cover do Tim Maia foi uma maneira de "trabalhar com o que gosta" - e ganhar dinheiro.

*"... o ser músico envolve toda uma gama de informação que você tem desde criança, da sua família, do meio que você convive e vai afunilando, até chegar ao ponto que você diz: eu gosto disso. Então, nisso tudo, meu pai, meus tios e meus avós, meus bisavós, foram todos de família de músico e eu já tinha uma informação. Antes de ganhar o primeiro brinquedo, eu ganhei um instrumento (...) então eu via o meu pai fazendo música, o meu tio fazendo música, depois que meu pai faleceu, eu passei a ser criado pelo meu tio, eu passei a estudar música. Eu queria ser jogador de futebol, como todo brasileiro, joguei futebol, mas chegou uma hora que encruzilhou, eu comecei a ficar grande e gordo e aí eu falei: vou ter que partir pra outra coisa. Agora, quanto a fazer por grana, não, eu faço porque eu gosto, porque o dia que eu tiver que trabalhar por dinheiro, eu paro, eu vou trabalhar com outra coisa.*

*Você vê bem, fazer o que a gente gosta, ganhando dinheiro, eu acho que poucas pessoas é que fazem isso (...) ao terminar a faculdade eu fui dar aula, fui ser professor, não me interessou, eu tava completamente ligado, ou era futebol, como não deu, ou era música, que já estava dando desde quando meu pai faleceu.*

*Quando eu perdi meu pai, eu tinha somente 10 anos e eu já soprava o instrumento, já tocava, devido à influência da família e aí eu fui trabalhar, ou eu trabalhava com a família ou trabalhava com música. A música sempre teve perto da minha pessoa, eu trabalhava com música e jogava bola, era uma loucura. Aos 13 anos eu já trabalhava num 'Taxi Dancing', porque a necessidade faz a ocasião, aí eu fui trabalhar no 'Taxi Dancing' e eu não podia entrar, aí eu entrava com uma autorização do juizado de menores, aí eu ia tocar, terminava de tocar eu ia pra escola, terminava a escola, ao invés de dormir eu ia treinar, voltava pra casa, dormia um pouquinho, voltava a trabalhar (...) eu nunca, jamais, trabalhei por causa só da grana, eu acho que o trabalho de música é como o relacionamento entre duas pessoas, ou você gosta ou você não gosta. E eu gosto de música, acima de tudo, eu gosto de música."*

Pode-se perceber por essa fala de Bola uma anterioridade de "sua paixão". Não se trata de uma devoção por um modelo, mas por uma atividade que os une, a música. Diferentemente de Eron e Ketulley, que fazem qualquer coisa pelo ídolo, inclusive gastam dinheiro e esse dinheiro não é usado com o fim de investimento em uma carreira, ao contrário, o ídolo merece tudo e para imitá-lo vale perder noites de sono construindo uma luva de lantejoulas, vale gastar o quanto for necessário para ver um show, conseguir uma foto difícil, comprar jornais e revistas. Ketulley diz claramente que quer começar a trabalhar para poder mandar fazer mais roupas iguais às da Madonna. A motivação para o imitar aqui se refere, em ordem direta, à reverência ao ídolo.

Bola, diferentemente, "imita para sobreviver", ter dinheiro, sem precisar trabalhar em outro ramo que não é o seu. Pela música vale a pena mimetizar

alguém. Além disso, acredita que como Tim Maia pode se tornar mais conhecido do público e da mídia para ser aceito como o músico Bola. O jogo é da ordem da inversão. Assume um outro, torna-se clone, para se mostrar, se tornar famoso. A motivação para imitar aqui está relacionada a uma profissão, a uma maneira de ganhar dinheiro. Bola se parece com Tim Maia<sup>21</sup>, tanto fisicamente, quanto pelo timbre de voz e, como ele mesmo afirma, foi por isso que se tornou Tim Maia cover. Diz que é fã desse artista, mas não deixa de afirmar a pluralidade de seu gosto musical. Ele próprio diz que se sua semelhança fosse com outro artista, poderia encarná-lo:

*"... eu poderia, se eu fosse parecido com o Fábio Jr., eu poderia fazer como Fábio Jr., eu sou parecido com o Tim Maia, eu faço com o Tim Maia e, acima de tudo, não é que eu sou só parecido, eu gosto. Mas eu gosto do Fábio Jr. também, como eu te falei, meu gosto é eclético."*

A idéia de imitar Tim Maia não é apontada nem como uma escolha pessoal - ainda que Bola use termos como opção. Foram os músicos da banda em que tocava saxofone que insistiram para que ele cantasse músicas do Tim Maia em seus shows e mais tarde fizesse um espetáculo só como Tim Maia cover. Bola justifica-se e delega a outros a escolha. É inegável, no entanto, que o reconhecimento por parte de várias pessoas de semelhanças físicas, muitas vezes, se não determina, impulsiona o tornar-se clone. Diferentemente de

---

<sup>21</sup> Existem muitos clones que não se assemelham ao modelo imitado. Quando estão vestidos como o ídolo comunicam o que querem, principalmente porque o estilo de se vestir de Madonna e Michael Jackson, por exemplo, é singular e quem já viu esses cantores em fotos, shows ou na televisão pode perceber um clone simplesmente pelo visual. Em geral reconhecia meus informantes pela estética, mas a semelhança física notória era rara. Como disse a respeito de Ketulley, o grau de similaridade física com o modelo era por mim encarado, antes de tudo, como um processo de auto-percepção do clone. Com o Tim Maia cover, porém, a semelhança saltou aos olhos. As diferenças eram mínimas, do rosto ao corpo.

Ketulley, Bola não delega a uma discussão transcendental a sua relação com o ídolo. Não há afirmações tais quais "Deus me fez como um gêmeo de Tim Maia" ou "nossa semelhança é tanta que algo nos une". O reconhecimento da similaridade física, por parte de Bola, é visto antes como um impulso do que como uma determinação divina.

*"Eu tive que operar o joelho, comecei a engordar, deixei o bigode, 'puta, como você é parecido com Tim Maia, por que você não canta uma música do Tim Maia?', o pessoal do grupo que eu tocava, Paiol, falava, aí um dia, dentro do baile, eles me empurraram, me fizeram cantar e eu não parei de cantar mais sequer uma música de sucesso do Tim Maia, nos bailes, isso desde 83."*

A idéia de fazer um show cover veio muito tempo depois, em 1993, mas também a partir da insistência de alguns amigos que - como já foi mostrado em outras falas - afirmavam que um show cover valeria a pena financeiramente. Assim, mesmo afirmando que não gosta de cantar, Bola decidiu montar um espetáculo pautado exclusivamente em Tim Maia.

*"Eu comecei a ser cover do Tim Maia profissionalmente, há um ano. Antes disso eu trabalhava com música e devido à minha aparência física e do timbre de voz dele, em 83, 84, eu cantava as músicas dele, mas nunca tinha pensado em ser cover, porque a gente é músico, né, e jamais pensava em cantar, eu particularmente não gosto de cantar, eu gosto de tocar saxofone e quando eu não tenho que fazer show de Tim Maia, eu continuo tocando saxofone, Djavan, Wanderléia e outros artistas que*

*telefonam aqui em casa procurando saxofonista, aí a gente vai e acompanha e antes de começar a cantar, também, eu trabalhava num conjunto de bailes (...) em geral, fazia o trabalho de músico profissional que todo o profissional deve fazer, nunca pensando em cantar, eu nunca pensei em ser cantor e eu, o ano passado, de 93, eu encarei a personalidade, né, de cover, né, de ser cover, que é bem diferente de ser músico."*

Enquanto Ketulley e Eron carregam o sonho de se tornar cover - no sentido de se apresentar como o ídolo profissionalmente - Bola, diferentemente, tem o desejo de ser reconhecido como músico, como saxofonista e compositor. O Tim Maia cover é pensado como um momento específico, passageiro, que pode inclusive auxiliá-lo no projeto que ele afirma ser maior, o de se mostrar como músico. Para a "gordinha Madonna" e para Eron, a possibilidade de ser cover é um fim em si. Para Bola - ele fala insistentemente - trata-se de um meio. "Meio de vida", "meio de estar próximo da música" etc.

*"Eu também tô mexendo com um outro lado meu que é de compositor e arranjador. Mas não coloco por enquanto no show do Tim Maia, mas vou colocar, quer dizer, aí vai ser o Bola. O que eu tô fazendo esse ano é 'Uma Homenagem a Tim Maia com o cover Bola', esse é o nome do meu show e eu quero primeiro firmar esse lado, deixar germinar a árvore, ser um pouco mais conhecido, notado, pelo público e pela mídia e depois eu começo a colocar. Eu tenho pretensões de gravar um disco do Bola, quem sabe, conversar com o Tim Maia e ele me dar uma música pra eu gravar, me ceder uma música, pra eu gravar Tim Maia, mas com a voz do Bola."*

Por um lado existem diferenças significativas nas trajetórias de imitação entre Bola e os outros clones citados, mas por outro, podemos encontrar aspectos, de algum modo, próximos. O momento do show, o ritual do cover - que no caso de Eron e Ketulley é o momento em que eles estão se construindo como o ídolo ou quando estão dançando em boates ou ainda dando autógrafos para fãs do modelo - tem um significado que aproxima os clones. É um momento especial, ritualizado, no qual o clone, de certa maneira, se sente como o modelo, no lugar do modelo, que não está ao alcance do público - pelo menos não como o clone - acessível, palpável, a imagem corpórea de um artista distante. O clone "está à mão" e ao mesmo tempo recebe o prestígio do modelo, "faz o papel" do outro.

*"De tanto as pessoas falarem você acaba sendo parecido, você acaba assumindo uma personalidade de capa, mas de capa, porque a minha capa, Bola, Adilson, é completamente diferente de Tim Maia, eu tenho uma vida e as minhas alegrias, né, é completamente diferente, é claro, todo mundo é diferente, nem se eu tivesse um irmão gêmeo eu seria igual, mas você veste a capa, o cover Tim Maia você veste na hora que você vai sair na rua, ou na hora que você vai fazer alguma coisa e de repente você se flagra pensando às vezes como se fosse o próprio artista. É engraçado, quando você vai num lugar e as pessoas olham e dizem: 'puta, aquela música do Tim Maia' e você se sente grande e envaidecido, como se fosse o artista, existe uma empatia com o artista (...). Você, quando você veste a capa Tim Maia, o cover Tim Maia, o lado Tim Maia, um parêntesis, eu assumo o lado Tim Maia, normalmente, quando eu subo no*



*palco, quando eu ponho a roupa, quando eu me maquio, porque ele tem uma mancha, a gente procura fazer, por ser cover, eu me visto Tim Maia aí desse lado, do outro lado, quando saio na rua, quando os meus amigos que me chamavam de Bola ou Adílson, começam a me chamar de Tim Maia, você começou a vestir a capa de Tim Maia e você tem que estar preparado pra tudo, pra receber crítica, tanto a crítica boa, quanto a não favorável. Eu encarno o Tim Maia no palco, eu não sei se é uma sensação extra-sensorial, espiritual, mas é algo engraçado, se você perguntar pra mim alguma coisa do Tim Maia antes do show, ou se você me pedir pra cantar uma música do Tim Maia, eu vou ficar com dificuldade de cantar<sup>22</sup>, quando eu subo no palco, eu encarno, não o Tim Maia, porque o Tim Maia é vivo e é difícil você encarnar uma pessoa que está viva, mas alguma coisa, alguma luz, algum espírito, me liga a ele, à idéia dele, não ele homem, pessoa, ele músico, né, então, de uma certa maneira, você encarna a pessoa, num sentido figurado, você encarna a pessoa."*

Mesmo que a semelhança física não seja interpretada por Bola como transcendental, o momento do show traz para ele essa dimensão do extraordinário. O show-ritual, que será discutido ainda neste capítulo, é a instância mágica que os clones em geral associam ao momento climax da relação com o modelo<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> Apesar de ter falado que tem dificuldade em cantar fora do palco, Bola cantou para mim um trecho de uma música do Tim Maia - "Paixão Antiga". A semelhança da voz é realmente impressionante. Inclusive, devido a esse fato, Bola cantou uma música do Tim Maia - "Essa Tal Felicidade" - para um comercial da Mesbla feito para a TV. Tive oportunidade de assistir ao comercial antes de falar com Bola e pensava que a voz fosse do Tim Maia. "... eu não cantei como o Tim Maia, eu cantei como o Bola, apesar de que eles me pediram para eu cantar o mais próximo possível do Tim Maia..."

<sup>23</sup> Apesar de casos como o de Bola, vou utilizar o termo ídolo em diversos momentos para tratar o referencial da imitação. Não se trata de uma confusão com o termo modelo, mas um procedimento justificável em função de que a maior parte dos clones imita o que chama de ídolo e que mesmo "covers" como Bola, ao tratar de momentos como o show, usam esse termo para a designação do modelo.

## 1.4- Sobre o ritual e o agrupamento

No trabalho de campo, um dos aspectos fundamentais foi a observação dos rituais e a questão do agrupamento dos clones, assim, neste tópico a idéia é mostrar a importância do ritual para esses sujeitos - na construção da réplica, no transformar-se em outro - além de **como** e **se** eles se agregam. Na medida em que são dois pontos absolutamente vinculados, estão divididos aqui em dois subtópicos que, de algum modo, facilitam a leitura.

### 1.4.1- Um momento propício: o show-ritual e performance

O transformar-se em outro é investido de um sentimento, "sabor", ritualístico para o clone e esse transformar-se começa antes mesmo do instante de trocar de roupa, quando se "estuda" o modelo, seus trejeitos, seu modo de vestir, cantar. Na frente do espelho, seja ensaiando os modos do sujeito imitado, seja se maquiando, se vestindo, o clone já está realizando uma prática ritualística, mesmo que solitária. Mas em geral ele quer compartilhar a sua construção imagética e, assim, sai às ruas, se mostra, se exhibe para transeuntes, tornando performático<sup>24</sup> um simples andar pela cidade.

O clone está aí para se mostrar, não importa se está querendo com isso obter prestígio, reverenciar o ídolo ou ganhar dinheiro. E, de fato, se mostra,

---

<sup>24</sup> Performático, no sentido de que comunica com o corpo, aquele corpo que está vestido como o de um artista reconhecido, o corpo transmitindo um significado. "As performances podem ser vistas como realizações semióticas por excelência. Isto se deve ao fato de que o corpo humano é a mais plástica e dúctil das matérias significantes, a expressão biológica de uma ação cultural." (Glusberg, 1987: 58)

aparece, ouve comentários sobre sua imagem, seu comportamento, se torna muitas vezes notícia de jornais. Tudo isso sempre acontece de modo performático e ritualístico, na medida em que o seu próprio cotidiano - se ele está "montado" - é simbólica e magicamente construído e essa construção é imediatamente visível, aparente mesmo, no sentido de que o clone não passa despercebido. É difícil não notar a presença de um Michael Jackson dentro de um ônibus lotado na cidade de São Paulo ou um Elvis Presley vivo ou, mais ainda, várias Madonnas dançando em uma boate. Integram-se como personagens do cenário urbano.

Se um "simples" trocar de roupa ou andar pelas ruas é investido de significação para o clone, estar presente na mídia - seja imitando, seja dando entrevista - ou se apresentar em um show cover é um momento que pode ser visto como de expressão-satisfação ritual máxima. Ali a réplica é completa, a imitação deixa de ser só imagética e passa a ser comportamental também. No show o clone "se transforma" totalmente no outro, dança como ele, se não canta, dubla, mas os trejeitos são os mesmos, ou pelo menos se pretendem, e aqui vemos o exemplo limite do que acontece em muitos rituais, a conversão entre o "fazer de conta" e o sentimento de realidade, que torna magicamente possível o convívio de várias Madonnas, por exemplo. Nesse caso, poderíamos concordar com Geertz que aponta:

"No ritual, o mundo vivido e o mundo imaginado fundem-se sob a mediação de um único conjunto de formas simbólicas tornando-se um mundo único." (1989: 129)

Assim, num espetáculo cover são diversos os momentos em que clone e público estão de tal forma envolvidos no ritual, que o clone **encarna** o modelo,

sente que é ele e o público acredita estar diante do "original". Aqui a relação entre "o mundo vivido e o mundo imaginado" está potencializada, na medida em que ocorre uma coincidência quanto ao local de trabalho do "astro original" e do clone, que está sobre um palco, possui um público em geral numeroso, está envolto em luzes, ainda que precárias ou menos espetaculares. Tudo isso remete diretamente ao espaço do modelo e talvez por isso seja tão comum vermos clones distribuírem autógrafos ao final de cada show.

*"Eu entro num estado que eu não sei, parece que eu sou ele, eu faço tudo que ele faz, não sei, tudo."*  
(Gilberto Augusto - clone do Elvis Presley)

Antes que uma enganação, trata-se de um pacto e a "confusão" entre o "mágico" e o "real" pode ser ainda mais explorada, levando-se em consideração a idéia de status; em uma discussão sobre a liminaridade e a *communitas* em algumas culturas, Turner chama atenção para o ritual de elevação de status:

"Uma variante comum desse tipo de ritual é aquela em que os inferiores simulam a posição e o estilo de vida dos superiores, chegando algumas vezes ao ponto de se organizarem numa hierarquia que é uma imitação da hierarquia secular dos seus chamados superiores." (1974: 203)

De algum modo, os clones participam de um ritual de elevação de status, na medida em que estando em um palco, local de evidência, no lugar de outro - seja seu ídolo ou não - num processo ritualizado, se sentem de algum modo como ele. Acreditam, e a exposição pública é significativa nesse momento, estar

imbuídos desse status superior que qualifica o espaço ocupado pelo ídolo, representam "... uma fantasia de superioridade estrutural." (Turner, 1974: 203)

*"É uma das coisas que me fazem, que me fizeram entrar pra essa banda, sabe assim, querer entrar pra essa banda foi justamente de poder me vestir, de poder me sentir grande, sabe assim, eu me sinto poderoso com essa roupa, sabe assim, de poder ser um herói, pra mim pelo menos<sup>25</sup>." (Rodrigo - integrante da banda Kiss Cover)*

*"... depois que eu desci do palco ele (um amigo) falou: ah Buzuzu Cordeiro, vem cá. (...) Eu achei bom, eu me senti assim, mais estrela, sabe, mais reconhecido, eu acho que para qualquer cover se você joga alguma coisa, assim, que lembre a estrela, nossa, você se sente assim, no pedestal mesmo."*

Mesmo que o clone não seja um profissional da imitação e se vista como o modelo apenas para sair às ruas ou dançar em boates, esse momento tem a força de um ritual. Como diz Thiago, clone de Michael Jackson:

*"... todos os covers do mundo que tiverem me ouvindo sabem como a gente se sente quando tá vestido que nem o Michael e dançando, a gente se sente, assim, um verdadeiro Michael Jackson. A gente começa a dançar e aí a turma olha, já sabe que é coisa dele, e começa a gritar: 'Michael, Michael!' E a gente não é o*

---

<sup>25</sup> É interessante aqui comentar sobre o dia em que a Banda Kiss Cover foi ao estúdio gravar o vídeo. O vocalista, que não se identifica, se portava como se realmente fosse o "autêntico". Fazia exigências comuns aos artistas de rock, como toalhas, bebidas, refrigerantes. Queria se barbear e ficou absolutamente irritado e indignado quando dissemos que não tínhamos barbeador. Interessante que estávamos em uma produtora de vídeo, que sequer possuía camarim, mas apenas banheiros comuns, com espelhos pequenos e luzes fracas... Os outros integrantes não se indignavam diante do não cumprimento de suas exigências, mas não deixavam de tê-las. Ali se comportavam como "mega-artistas" internacionais.

*Michael, entendeu, a turma fica cega, como se fosse o Michael ali."*

Além de todos esses momentos-rituais, o show do modelo também pode ser considerado como extremamente importante para a atualização da performance do clone, especialmente se esse modelo for um "astro inatingível", como Madonna e Michael Jackson, cujas atuações ao vivo são raras e distantes, feitas em estádios enormes, para um público de milhões de pessoas, com palcos altíssimos que bloqueiam qualquer proximidade física com o astro. Se antes o artista era visto através da lente de câmeras, de TV ou cinema, agora ele é visto a partir das lentes do binóculo ou dos telões que sempre estão presentes em mega-shows. O partilhar de um mesmo espaço físico que o "cantor autêntico" é significativamente valorizado. Muitos dos clones começam seu processo de "encarnar o outro" a partir do show do astro. Vislumbram aí a possibilidade de partilhar do "estar em evidência". Mais do que retirar o prestígio do modelo, **partilhar**, afinal o próprio imitar remete em última instância, se não à reverência, à imposição de maior prestígio. Ver um clone, em um ritual ou não, remete de imediato ao seu referente-modelo, como também à relação que este trava com seus fãs. Não são raras as frases sobre clones: "Olha a Madonna!!" (referente) ou "Veja você a que ponto chegamos, a Madonna é imitada em todo canto" (relação).

A ida ao show se transforma em um ritual para os fãs e, evidentemente, para os clones que, em geral<sup>26</sup>, preparam roupas idênticas e ensaiam músicas e coreografias para acompanhar o espetáculo. A maior parte desses clones tem o desejo e a esperança - ainda que impossível - de ser visto pelo seu modelo no

---

<sup>26</sup> De todos os clones de Madonna e Michael Jackson com quem conversei, apenas Ketulley, que imita Madonna, não foi "montada" ao show.

momento do espetáculo, dessa forma tenta se posicionar o mais próximo do palco, além de cantar e dançar como ele.

*"Todo mundo ri na minha cara, mas eu tenho certeza que o Michael me viu. Eu sou aluno graduado de força mental e no curso eu aprendi que você pode se comunicar em qualquer lugar, com qualquer pessoa, mas tem que concentrar e eu sou aluno graduado, então eu sei me comunicar com qualquer pessoa, eu posso ser um louco, mas que ele (Michael Jackson) olhou pra mim, ele olhou, eu me concentrei, olhei pra ele e mandei ele olhar pra mim, aí ele olhou pra mim, no meio do público." (Thiago)*

O show então mais do que visto pelo clone, é marcado por uma participação ativa desse último. Não é ali que o imitador<sup>27</sup> vai apenas aprender novas coreografias, aquele é, de algum modo, o espaço para ele se mostrar também. Quer ser visto pelo modelo, mas se satisfaz em se exibir para um público que está lá para ver o original, mas que não se furta de assistir ao clone também, além de pedir autógrafos, tocar, conversar, coisas impossíveis de acontecer com o mega-astro que está "acima dos mortais" e que, quando muito, dá um aceno da janela do último andar de altos hotéis.

É claro que o clone não propõe uma concorrência ingênua com seu modelo, não toma o seu lugar, o que faz, de algum modo, é ocupar um espaço vazio, um lugar que, pode-se dizer com tranquilidade, o modelo não vai estar em hipótese alguma, um espaço reservado aos "homens comuns". Mas o clone aqui, mesmo que ainda um "mortal", se investe de importância ao multiplicar grandes ídolos das massas, ao propor sua performance na fila interminável de um estádio

---

<sup>27</sup> Muitas vezes são utilizados os termos imitadores, imitação no texto para uma fluidez de leitura. O conceito de imitação como forma única para entender os clones será problematizado no último capítulo.

lotado, simplesmente passando por ela ou, de maneira mais ousada, fazendo pequenos shows, antecipando aquele momento tão esperado por milhares de pessoas. Pode também fazer um espetáculo de dublagem no gramado do mesmo Morumbi que espera o mega-astro, para uma arquibancada absolutamente lotada, como aconteceu no dia do espetáculo de Michael Jackson, quando os portões se abriram e ainda faltavam muitas horas para o show. Um clone se apresentou, antecipando o modelo e contribuindo para "matar" o longo tempo de espera. Seu palco, um "banquinho" improvisado.

Surpreendentemente, a proximidade dos mega-astros e, por que não, mega-ídolos, não ofusca suas cópias, "xerox imperfeitas", antes, abre espaço para elas, além de aumentar sua visibilidade, e torna-se claro que isso acontece justamente porque o papel de "sacerdote do mito" permanece e talvez tenha até mais demanda, exatamente porque o espaço ocupado por esse astro transformado em mito é mínimo para uma demanda tão grande.

Na realidade, a proximidade do astro é simbólica, porque fisicamente, de fato, ela não existe. O jogo em questão é o da manutenção da distância quebrada em poucos momentos por aproximações virtuais. Vê-se com muito maior nitidez um show da Madonna no cinema ou na televisão, que abusa de *zooms* e *closes* em suas filmagens/gravações, sem esquecer dos planos gerais. No show o todo pode até ser visto, mas é distante e perdem-se os detalhes e a expressão. São muitos metros que separam público e astro, diminuindo imensamente tamanho e nitidez.

Enquanto isso o "sacerdote" está próximo e ainda cumpre o seu papel, exatamente porque não concorre com o espaço do modelo, o tempo de aparição do clone é maior, ele pode estar em qualquer lugar e a qualquer momento. Além disso são muitas réplicas, o modelo é multiplicado e se está em todo lugar, ele próprio, através da mídia, está também através de suas "cópias-humanas". Se



tomarmos como referência o tratamento da noção de "não-lugar" trabalhado por Marc Augé (1994), o clone permite a onipresença do modelo. As cópias multiplicam a presença dos ídolos em "lugares" e "não-lugares". Antes dos mega-shows, então, por causa de um público ávido em ver de perto o ídolo e de uma imprensa disposta em informar "qualquer coisa", o clone ganha importância e visibilidade. "Michael Jacksons" e "Madonnas" de todas as cores, tamanhos e sexos. Anônimos ou famosos, espontâneos ou oficiais - contratados pela produção dos mega-shows - estavam em toda parte, multiplicados como uma operação matemática.

Pouco tempo depois os shows<sup>28</sup>. As conversas que antecediam os espetáculos - seja na fila de um Morumbi lotado, seja na porta dos hotéis onde se hospedaram os astros - não se referiam apenas ao ídolo, mas também aos seus clones, que estavam lá desfilando diversas fases dos dois cantores, que primam pela mudança do visual a cada nova aparição ao público. "Madonnas" com cabelos compridos e vários medalhões dependurados no pescoço, com seios de cone do lado de fora da roupa, "Madonnas" com bigodes e sem seios, algumas gordinhas, e aquelas que já desfilavam sua última imagem. Com os "Michael Jacksons" a mesma coisa. Vários estavam na fila também demonstrando as diferentes fases do cantor. Alguns ainda negros, alguns cravados de lantejoulas e *buttons*. Muitos brancos de cabelos lisos e até louros. Não faltaram também as mulheres, "perfeitas Michael Jacksons".

Caricaturais ou primando pela similaridade, clones construíam suas performances sob coros de aplausos e vaias. Portas de hotel se transformaram em palcos. Mais do que ser confundido com o ídolo - poucos ali, acredito, tinham de fato essa pretensão - o que interessava era ser notado. Muitos conseguiram,

---

<sup>28</sup> Michael Jackson se apresentou em outubro de 1993 e Madonna em novembro do mesmo ano.

sendo inclusive alvos de atentas lentes de repórteres. Esse é um instante especial, ser/estar, como o modelo, na mídia.

Uma série de "mágicos momentos" acompanhou a realização dos megashows. O período anterior à apresentação dos ídolos foi marcado por pequenos fatos. A porta do hotel transformou-se em um *locus* de aglomeração. A espera do show da Madonna teve um tom de festa, com fãs - mais atrevidos - tirando parte de suas roupas. Mesmo quem não era clone parecia disposto à imitação de alguns traços normalmente identificados ao comportamento de Madonna, notadamente os que se associavam ao erotismo.

Vale aqui uma pausa para pensarmos nos componentes culturais que impregnam a imitação. No Brasil, notadamente entre os jovens, o ato de se despir não surge com um impacto absolutamente novo. Nas praias e até em shows, diversas garotas tiram suas blusas e mesmo entre nossos ídolos despontaram nomes como Gretchen, "a rainha do bum-bum". A repetição de um comportamento do ídolo pode encontrar eco no repertório dos imitadores. É mais fácil repetir tal conduta em função de contextos culturais, nacionais, etários etc. O modelo surge como detonador de uma postura desejada de maneira latente.

As intermináveis horas (e até dias) na porta lotada de hotéis, na esperança vã de ver um aceno do astro ou sua saída em furgões ou limusines, era marcada também por conversas que não se referiam apenas ao ídolo, mas aos clones que lá estavam, fazendo suas performances particulares, cantando, dançando ou simplesmente esperando. Era esse clone mesmo que ajudava a dar vida àquela espera sem fim e, pior, sem sucesso. Ou, ao contrário, plena de um virtual sucesso para os anônimos que se escondiam/mostravam vestidos como seus ídolos.

"Madonnas" e "Michael Jacksons" de todos os estilos concorriam entre si e se uniam ao mesmo tempo, divertindo uma platéia atenta e animada, que escolhia qual o mais parecido, o melhor, o mais bonito. Porque com o clone é assim, partem de uma estética da repetição, multiplicam ídolos pop, mas muitas vezes, mesmo que arbitrariamente, suas formas variam. Um visual criado a partir da atitude do *bricoleur*, que repete, mas acaba por também diferenciar por contingências as mais variadas. O resultado são múltiplas "Madonnas", muitas vezes diferentes, locais. Uma "cor" pessoal, ainda que involuntária, mas ao mesmo tempo o universalismo da Madonna. Sínteses, evidentes em rituais, do global e do específico. O clone recria uma relação midiática e universal, transformando-a numa relação face-a-face.

#### 1.4.2- Estado de Grupo?

A grande dificuldade para a realização da pesquisa de campo se deu, como já foi dito, especialmente pela desterritorialização e a dispersão dos clones. Não conseguia pensar esses sujeitos como um grupo, no sentido usual: o sentimento de estar junto em uniões que se dão normalmente a partir de um território comum e de idéias, atitudes similares, além de acontecerem com uma frequência regular.

Com os clones as diferenças são nítidas. **Em algumas ocasiões** eles realmente podem ser vistos como um grupo - ainda que efêmero e suscetível de dispersão - e sua agregação se dá a partir de um ídolo/modelo comum, que talvez funcione, inclusive, como uma identificação simbólico/referencial. Assim, a fragilidade dos laços de união interpessoal muitas vezes deriva da troca não simultânea de ídolos pelo grupo. Mas, enquanto estão juntos, o espaço ritual

marca uma participação ativa dos envolvidos, na medida em que eles se encontram para a troca de informações (bem precioso), objetos, ensaios, enfim, esses momentos são significativos no que se refere à atualização das performances-clones.

Uma das características do ritual é dar segurança e, antes disso, dar o tom de grupo, tornar possível o estar junto, já que, como aponta Lévi-Strauss:

"...o ritual é conjuntivo, pois institui uma união (pode-se dizer aqui, uma comunhão)." (1976: 59)

O clone, então, quando envolvido no ritual, se agrega, se ajunta. Pode-se pensar que o clone vive em um "estado de grupo", que funciona em alguns momentos específicos, marcadamente episódicos, em torno daquele modelo que ele encarna e que muitas vezes é transformado em mito por ele mesmo ou por um público genérico. E, como afirma Maffesoli:

"... as figuras míticas são tipos sociais que permitem uma estética comum e que servem de receptáculo à expressão do nós. A multiplicidade em tal ou qual emblema, favorece infalivelmente a emergência de um forte sentimento coletivo. (...) o tipo mítico tem uma simples função de agregação." (1987: 15, 16)

É natural essa dificuldade em lidar com grupos que estão nas cidades, até porque, em geral os indivíduos acabam fazendo parte de diferentes grupos, de acordo com o ciclo de suas atividades durante um dia, por exemplo. Ao investigar os *punks* no Rio de Janeiro, Janice Caiafa de algum modo aponta para essa questão, quando tem dúvidas sobre a nomeação do agrupamento desses *punks*:

"Bando, gangue, malta. Muitos lobos que caminham pela estepe ou pelo deserto. Sua beligerância no som e na atitude, a proximidade do grupo, a alusão aos guerreiros mocainos - tudo isso me fazia percorrer a literatura antropológica em busca de um meio de pensar essa tribo (...) índios metropolitanos." (1985: 16)

A autora optou por pensá-los como tribo urbana, "índios metropolitanos". Não me sinto confortável em usar esse termo para os clones, na medida em que a idéia de tribo está, a meu ver, intrinsecamente ligada à noção de território e de frequência nos encontros - tempo e espaço bem demarcados. Por mais que a idéia de tribo urbana seja interessante para pensar os diversos tipos de agregação contemporânea, o termo não me parece adequado por dizer respeito diretamente a esses referenciais citados. Prefiro pensar o clone como estando, em alguns momentos, num "estado de grupo", pois sua união é frágil e se fortalece apenas naqueles momentos já aludidos.

É verdade que as relações construídas tendo como referência o mito/modelo podem ser vistas como território simbólico, já que é em torno deles que o clone se agrupa, se reúne. Mesmo assim, a fragilidade das relações impede, no meu entender, a designação de tribo, uma idéia ligada a um território concreto (espaço) - ainda que inclua a possibilidade de ser nômade - e a uma frequência regular dos encontros (tempo).

O clone, de algum modo, pode realizar seu ritual - de forma isolada - na esfera privada, para o espelho, mesmo que isso não seja uma atitude exclusiva. Pode também realizá-lo no espaço da rua, mas sem qualquer ligação com outros clones, espetacularizando seu próprio cotidiano na cidade e percebendo a alteridade que provoca, uma vez que normalmente não passa desapercibido por

transeuntes desavisados. Assim, o termo "estado de grupo" me parece mais adequado e talvez mais justo para nomear esses sujeitos, cujos laços com outros clones são frágeis e dispersos, sem uma repetitividade e um sentimento de coletividade contundentes. Reuniões ocorrem, encontros estão presentes, estes porém podem ser eventualmente descartados, não são vistos como condição vital.

Não há, no entanto, como negar que quando estão juntos os clones se fortalecem e até se exibem com maior ousadia, mesmo que seja para disputar entre si quem é a melhor réplica de um modelo multiplicado, e aqui é essencial voltar aos dois mega-shows que acompanhei. Ali o sentimento de grupo era visível e, para observadores desavisados, até permanente. Diferentes réplicas perambulando pelas ruas, pelas imediações do hotel, pelos arredores do Morumbi. "Madonnas" e "Michael Jacksons" juntos, passeando ou fazendo pequenas performances, como aconteceu na porta do hotel onde estava hospedada a "mega-star". É interessante pensar em duas questões: por um lado, a proximidade desses dois artistas, que na realidade "não são amigos" - no sentido de não convivência -, ou pelo menos nos fazem acreditar nisso através de suas entrevistas, em geral agressivas quando falam um do outro. Não cantam juntos e dificilmente sairiam abraçados, por mais falsa que possa ser a discórdia entre os dois<sup>29</sup>. O sentimento que une um clone de Michael Jackson a um de Madonna é exatamente o partilhar do ato de imitar. Se o modelo não é comum, a postura de "encarnar" um outro é.

---

<sup>29</sup> Eron fala claramente da rivalidade entre Michael Jackson e Madonna (cf tópico 1.3.1). Interessante uma fala de Thiago, também clone de Michael Jackson. Ao mesmo tempo que diz que gosta de Madonna, faz uma opção clara por Michael Jackson. "*Tem gente que é fã número 1 do Michael Jackson, como eu, e pode curtir a Madonna também. Primeiro o Michael, né, mas depois a Madonna. Agora, tem gente que não, que só porque é fã do Michael, acha a Madonna uma 'bosta', desculpe a palavra. Agora, eu não, eu respeito o trabalho de cada 'mega-star'. Agora, na minha opinião, desculpe quem é fã da Madonna, eu acho o Michael melhor, mais talentoso.*"

De novo podemos pensar no ritual como agregador e possibilitador do "fazer de conta". A noção de "estado de grupo" desenvolvida aqui só pode ser concebida a partir de elementos ritualísticos que viabilizam a conjunção. Como foi dito, de algum modo, os clones podem ser pensados como cópias descontextualizadas, pois estão onde o modelo não está e não vai aparecer. Seria tão difícil pensar num show conjunto de Madonna e Michael Jackson, quanto imaginá-los em ônibus lotados da cidade de São Paulo, entretanto o clone faz isso e, mais, está multiplicando aquilo que a princípio seria individual, único. O clone encarna seu modelo, mesmo com a ambivalência que há nisso. E no momento do ritual ele é sua "legítima" versão, confusão mágico - real. O público é muitas vezes a referência possível de um "estado de grupo":

*"Eu já cheguei até a pensar, no fundo, no fundo, que talvez, na hora, talvez seja até, assim, piração da minha cabeça, é que são coisas que você não sabe, acho que tudo (...) tem mil perguntas sem respostas, né, tem hora que eu recebo uma energia espírita, no fundo, no fundo, eu até imagino isso porque na hora eu mudo completamente, entendeu, o lance de você não sentir dor, teve um show do Edson Cordeiro, aquela música Down em Mim, que no fim grita pra caramba, ele se debate, sabe, assim, me jogar, só que eu saí sangrando, minhas pernas estavam tudo cortadas, né, de bater no palco, fui parar lá no meio do público no fim do show, o público ficou passado, mas eu não senti dor, na hora não, entendeu, depois eu senti, depois, a hora que eu virei a Buzuzu eu senti dor, eu vi sangrando tudo, eu vi o que tinha acontecido, mas na hora não, entendeu, na hora é uma coisa de encarnar mesmo um personagem."*  
(Buzuzu Cordeiro - clone do Edson Cordeiro)

Outra questão que deve ser levada em conta quando pensamos o clone como "estado de grupo" - além da dimensão ritualizada que permite o "mágico" - é que muitas vezes, quando agrupado - apesar desse componente efêmero - ele desenvolve uma identidade com outros clones, que pode até ser contrastiva quando em uma situação de conflito. Existe uma solidariedade entre eles, que acredito, só pode ser pensada como fundamental na formulação de identidade. Quando juntos, respondendo a perguntas pejorativas (em relação ao modelo ou ao ato de imitar), por exemplo, o grupo se une, se defende. Assisti a muitos programas de televisão onde estavam reunidos vários clones e ao sinal de qualquer postura crítica não favorável, vinda do público ou do entrevistador, o clone estava fortalecido. Se um Michael Jackson não respondia àquela provocação, havia uma Madonna ou um Raul Seixas para fazê-lo. Aqui o que se vê é o instante de um grupo, solidário e coeso, aqui, novamente, a reunião não se dá em torno de um ídolo comum, mas de um comportamento similar, qual seja, o de replicar modelos, não interessa qual.

Por outro lado, quando estão sozinhos, demonstram claramente uma disputa entre si, especialmente se conversamos sobre outro clone do mesmo modelo. Nesse caso, o que interessa é mostrar superioridade e ouvi de quase todos os informantes frases pejorativas com referência a outros imitadores.

*"Aquele menina não se parece nada com a Madonna, além de tudo não sabe dançar." (Raquel - clone da Madonna)*

*"Iria em um show de Madonna cover só pra ver os erros, só pra ver que eu sou a mais parecida com a Madonna." (Ketulley - clone da Madonna)*



A hostilização do outro só reforça a idéia do reconhecimento da alteridade em torno do modelo. A disputa é, de qualquer forma, um motivo que leva a conhecer o outro. Além disso, de alguma maneira, os próprios clones desenvolvem um certo preconceito em torno da imitação e nas nossas conversas era interessante a ambiguidade de suas falas. Ao mesmo tempo em que se assumiam como cópias, mostravam o desejo de ser igual e de mostrar para o próprio modelo sua réplica, às vezes na mesma fala se defendiam dizendo que o modelo era único e que faziam aquilo por diversão ou para ganhar dinheiro, mas sabiam que nunca chegariam lá e que as pessoas são únicas, normalmente terminando a frase com um ataque a outro clone:

*"... porque no fundo, no fundo, eu tenho pavor de cover, sabe, eu acho assim, que as pessoas não devem copiar algo que já existe, entendeu, eu acho que poxa, a Madonna é uma superstar, quer dizer, que graça tem você entrar num lugar e ver uma qualquer com o cabelinho louro, uma boca de sino de bola dublando Madonna, pra mim não encaixa (...) não tem como copiar certas coisas, não tem como copiar Madonna, não tem como copiar um Michael Jackson. Tem como copiar o visual dele, isso tem, claro, tem muitas pessoas que parecem com ele, só que eu, na minha cabeça, não tem, eu não acho justo com o artista, eu acho que ela é estrela demais pra um fulano qualquer subir no palco em qualquer lugar e fazer o trabalho dele, eu não dou, não me dei esse direito." (Buzuzu Cordeiro - cover do Edson Cordeiro)*

*"Imitar uma pessoa que é muito na cara, tipo, vamos dizer, a Madonna, ela usou aquele top (pontudo) ela*

*apareceu, ficou uma marca dela (...) se uma pessoa aparecer com uma calça daquilo é bonito, é legal, agora, se uma pessoa aparecer com uma roupa igualzinha à que ela usou no show (...) isso vai cair no ridículo." (Rodrigo - clone do Deee Lite)*

Apesar desse discurso, quando perguntados sobre a sua condição de cover, de imitador, o clone se assume como tal. Na verdade esses sujeitos podem ser pensados como possuindo uma ambiguidade intrínseca que, ao mesmo tempo que revela o desejo de ser como o outro, mostra uma visão pejorativa com relação à imitação, um desejo claro de também ser diferente. Talvez um dos significados dessa ambiguidade esteja vinculado à mitificação em torno do modelo. O clone - quando fã - não pode imitar o ídolo, porque este último perderia a "aura" de ídolo, como tal, "inimitável". Assim, o clone/fã propõe uma identificação com o ídolo, mas não o desejo de se tornar, de fato, o outro, afinal, como mito ele é inatingível.

De certa forma, tanto Buzuzu Cordeiro, quanto Rodrigo se basearam em modelos menos conhecidos. Tal fato, a princípio residual, revela o desejo da busca de um segredo. Só quem conhece tais modelos pode imitá-los e estabelecer uma relação particular com o público, cúmplice de um mesmo segredo que o torna particular. Um grupo forçosamente restrito. "Tornar-se" Michael Jackson ou Madonna é amplificar a imitação a um público "universal", mimetizar um membro do Deee Lite é falar para pessoas específicas, é travar uma diferença.

Pode-se perceber que o clone é, em si, ambivalente, ambíguo, possui relações efêmeras, grupos fluidos e até uma identidade que por si só já se apresenta fragilmente, na medida em que tudo no clone além de solto, frágil, depende de um outro - o modelo - e de um jogo entre a realidade e o "fazer de

conta". Mudanças no modelo refletem no clone, ainda que não em uma causalidade imediata, produzindo efeitos idênticos.

Os clones se encontram, emergem e somem, existindo sempre numa relação com o outro e numa relação ritualizada, lúdica, quase uma brincadeira, na qual a própria identidade se constrói, em parte, a partir do outro. Os clones surgem, na maioria das vezes, através de uma identificação com o ídolo, a partir do qual, então, passam a um exercício ritualizado daquilo que os agrega, numa tentativa de alimentar a atitude - e por que não, identidade - grupal. Ao mesmo tempo uma ambiguidade na sua própria construção que, apesar de estar assumidamente vinculada a um outro, se faz também para uma diferenciação. Um tornar-se original pela cópia, através da cópia.

Ainda pensando em como nomear o agrupamento dos clones, cheguei a imaginá-los como *communitas*, já que esta é vista como momentânea e transitória, uma forma de união frágil que, segundo Turner, nas sociedades complexas também necessita de condições rituais.

"Os 'beats' e os 'hippies', mediante a utilização de símbolos ecléticos e sincréticos e ações litúrgicas extraídas do repertório de muitas religiões, de drogas empregadas para a 'expansão do pensamento', da música 'rock' e de luzes faiscantes, tentam estabelecer a 'total' comunhão uns com os outros." (Turner, 1974: 169)

De alguma maneira, o que chamei "estado de grupo" dos clones pode ser visto como "*communitas*", se pensarmos no seu caráter socialmente transitório, fluido e até anti-estrutural.

"A 'communitas' espontânea não pode nunca ser expressa adequadamente numa forma estrutural, mas pode surgir de modo imprevisível em qualquer tempo entre os seres humanos que são institucionalmente contados ou definidos como membros de algum tipo, ou de todos os tipos de agrupamento social, ou de nenhum." (Turner, 1987: 167)

Por outro lado, pensar em símbolos comuns evidentes que reuniriam os clones é uma tarefa sem sucesso. Tais símbolos são descartados de maneira tão rápida que pouco auxiliam na formação de um agrupamento como a *communitas*. Não há também um sentimento definitivo de permanecer em um grupo pelos clones, partilhar de - como é dito em clichês - "uma ideologia". Praticamente nenhum clone se afirma como fazendo parte de um grupo de imitadores. O reconhecimento do grupo por eles se dá a partir da noção acessória de fã - "nós todos gostamos da Madonna", por exemplo. Os clones revelam, então, um outro tipo de relação, talvez tão importante como o transitório grupo, a relação com o modelo.

Iniciei esse tópico dizendo da dificuldade encontrada para nomear o tipo de agrupamento do clone e termino concluindo que talvez não valha a pena nomeá-lo. Tribo, *communitas*, estado de grupo, quase-grupo<sup>30</sup>, noções que podem, de algum modo, nos auxiliar, mas que sempre esbarram em alguma particularidade de sujeitos diversos, ambiguos, contraditórios, que se ajuntam e se identificam também de forma frágil, incoerente num limite, no qual qualquer

---

<sup>30</sup> Sobre "quase-grupo", ver Mayer (1987).

classificação rígida parece um esforço pouco eficaz e contraditório de enquadramento.



*Integrante do KISS Cover no  
vídeo "Clones, Bárbaros, Replicantes"*

## **2- MOTIVAÇÕES PARA TORNAR-SE CLONE, MÍDIA E RECEPTORES**

## 2.1- O "super-fã", dinheiro e status: motivações sociais para tornar-se clone

Investigar a imitação e pensá-la contemporaneamente significou encontrar surpresas, derrubar hipóteses e reconstruí-las e, por que não, me desvencilhar a cada momento de idéias pré-concebidas a respeito desse universo.

Antes de ir ao campo pensava que o clone - no sentido que o termo vem sendo empregado - era apenas o "**super-fã**", aquele que "faz tudo" pelo ídolo, inclusive utiliza-o como espelho. Talvez o mais fascinante de uma pesquisa etnográfica seja o fato de que ela obriga o pesquisador a se desarmar e ir descobrindo aos poucos a complexidade dos grupos e indivíduos.

A partir do trabalho de campo percebi que o clone **pode ser** um **tipo especial de fã** que leva ao extremo seu "amor ao ídolo", desejando ser se não ele, **como** ele, seu duplo, sua sombra. A relação aqui não é apenas de devoção. O clone encarna, devora o seu mito, vestindo-se como ele, dublando-o ou usando sua própria voz - coloca seu corpo como receptáculo da voz do cantor. Enquanto a relação que o fã usual tem com o ídolo é de **identificação**, a do clone vai além, ele quer reproduzir - pelo menos em parte - a **identidade** do ídolo, ser, de alguma forma, ele mesmo.

Mas existem outras motivações para a imitação, igualmente importantes para a construção do clone. Ou seja, não necessariamente o clone é um fanático pelo seu modelo.

Existe, por exemplo, a **motivação econômica**. Nesse caso os imitadores levam em consideração, em primeiro lugar, a questão profissional e a possibilidade de um retorno financeiro para suas atuações. Apresentam shows "encarnando" um outro, "entregam sua pele" a outra pessoa, que pode, ou não,

ser seu ídolo. Procuram, nesse caso, uma maneira de ascender economicamente. Não raro é muito rentoso o cachê de um show cover, normalmente lotado.

Se, como afirmam Tarde (s/d) e Mauss (1974), a imitação é uma possibilidade social sobre a qual as noções de normalidade e recorrência podem ser aplicadas, é ainda visível que o "imitar" pode ser mais aparente ou mesmo mais presente se existem possibilidades econômicas associadas a essa prática. Mais do que "normal", a imitação passa a ter um "valor" em dinheiro, pode tornar-se uma atividade remunerada.

Há ainda uma **motivação social** relacionada ao **status ou prestígio**. Algumas pessoas que se consideram e são consideradas "simples anônimos", "incorporam" um outro famoso com o intuito de se tornarem, de algum modo, também reconhecidos e prestigiados. Saem às ruas como Madonna, por exemplo, para serem notados, observados. Mimetizam a aparência, mas parecem "desejar a aura". Como afirma Tarde (s/d), tentam retirar o prestígio de alguém já prestigiado.

Existe, evidentemente, aquela motivação já citada que diz respeito à reverência e admiração que o imitador sente pelo modelo - seu ídolo. Nesse caso o clone pode realizar sua cópia na esfera privada, em sua própria casa ou apenas para amigos próximos. Mas esse clone muitas vezes se torna também um profissional da imitação, passando a fazer mostras públicas de sua reverência ao ídolo. Há aqueles porém que continuam a vestir-se e colecionar informações apenas para si próprios, fazendo do espelho - no sentido literal - seu único público. Ainda que recorrente, não se trata de uma construção linear obrigatória: privado - em - direção - ao - público.

É importante ficar claro que essas motivações na maior parte das vezes aparecem associadas. A reverência talvez seja a única que pode se realizar exclusivamente na esfera privada mas, não raro, pode ser também uma primeira



condição para as demais. Dinheiro ou prestígio só são possíveis de ser obtidos dentro de relações sociais e apontam necessariamente para a exposição pública do imitador. Na trajetória do quarto (privado) para o palco (público), o clone expõe todas as fragilidades (ou potências particulares) de sua imitação, procurando normalmente ocultar qualquer característica pessoal para se "entregar" ao outro.

Weber é aqui uma referência necessária. Para esse autor, as ações sociais são dotadas de sentido, sendo que a ação em relação a fins é feita a partir de expectativas que os indivíduos possuem como condições ou meios para atingir com sucesso os fins racionalmente escolhidos. A possibilidade de ascensão econômica é uma motivação para uma ação social. Encarnar um outro seria então uma ação dotada de sentido. Um outro sentido, não menos racional e que envolve a escolha de fins, marca a cópia pautada não só na motivação econômica, mas também no prestígio. A aquisição de *status* caracteriza-se então como uma ação social. Weber classifica ainda uma ação afetiva, cujo sentido não reside no resultado, mas na própria ação em sua particularidade.

"Age afetivamente quem satisfaz sua necessidade atual de vingança, de gozo ou de entrega, de beatitude contemplativa ou de dar vazão a suas paixões do momento (sejam toscas ou sublimes)." (Weber, 1977: 141)

O imitar para parecer/se tornar igual ao ídolo - porque este é um ser provido de "superioridade" e como tal deve ser replicado - pode ser visto como uma ação afetiva, também uma ação social, dotada de sentido. A imitação como construção de sentido, a *mimesis*.

Ao discutir sobre as ações sociais o próprio Weber fala da imitação, no sentido de classificá-la ou não como uma ação. Para o autor:

"... não se pode considerar como uma ação social **específica a imitação** de uma conduta alheia quando é puramente reativa, e não se dá uma orientação com sentido da própria ação pela (ação) alheia (...). Quando, ao contrário, se imita uma conduta alheia porque está na 'moda' ou porque é tida como 'distinta' enquanto estamental, tradicional, exemplar ou por quaisquer outros motivos semelhantes, então, sim, temos a relação de sentido, no que diz respeito à pessoa imitada, a terceiro, ou a ambos." (1977: 140)

Os clones, por tudo o que foi dito até aqui, ao realizar sua imitação o fazem empreendendo um sentido próprio a ela e, mais importante, buscando esse sentido a partir da ação do modelo e com relação àqueles que o vão observar. Podem estar agindo pretendendo um fim último, conscientemente desejado, podem estar agindo afetivamente, mas o fato é que realizam uma ação e com sentido.

Como já foi apontado, quando iniciei minha pesquisa de campo - no segundo semestre de 1992 - tive oportunidade de assistir a dois "mega-shows", talvez os mais importantes em termos de público que já aconteceram no Brasil - os shows de Madonna e Michael Jackson<sup>1</sup>. Esses artistas são pessoas por demais imitadas, sendo considerados os "mega-astros" da música pop atualmente. Seus nomes estão sempre em evidência, se não por cada novo trabalho, pelos acontecimentos de sua vida pessoal. Alguns fatos ocorridos na época dos shows foram, então, imprescindíveis para esta pesquisa.

---

<sup>1</sup> Essa pesquisa contou com a felicidade casuística de coincidir com a realização de três grandes shows: Madonna, Michael Jackson e Rolling Stones. Este último aconteceu quando já tinha terminado a pesquisa de campo e escrevia a dissertação.

É interessante que com a proximidade desses dois "mega-eventos" apareceram dezenas de imitadores de Madonna e Michael Jackson. Alguns já eram clones, outros apenas fãs que prepararam roupas como as dos cantores somente para assistir ao espetáculo vestidos "a caráter". Muitos destes hoje em dia carregam o sonho de se tornar cover dos ídolos, se apresentando em shows, boates, aparecendo na televisão, ora por motivações financeiras, ora para retomar o prestígio conquistado no dia do espetáculo. Como Eron, cuja trajetória está delineada no primeiro capítulo.

É interessante pensar nos sentidos da palavra fantasia para o caso desse clone. Fantasia pode significar o uso de uma roupa "diferente" da usual. Uma roupa utilizada em determinados momentos que "esconde" o eu. No carnaval encontramos índios, pierrôs, palhaços, baianas, entre muitas outras fantasias. As pessoas se vestem como "um outro", de maneira distinta do que são cotidianamente. No caso do clone, pode-se pensar que ele se fantasia de outro - um artista prestigiado que pode ser seu ídolo. De qualquer maneira trata-se de um outro. O clone "se esconde" e mostra, através do visual, o artista. Essa fantasia pode ser cotidiana ou não. No caso de Eron, por exemplo, não é.

Por outro lado, a palavra fantasia é empregada no sentido de sonho, desejo. Pode-se pensar que o clone se fantasia de outro, fantasiando/sonhando ser como este, com seu prestígio, sua fama e, por que não, seu dinheiro. Conversando com Eron me pareceu que a fantasia - nos dois sentidos citados aqui - está presente no seu "transformar-se" em Michael Jackson. De algum modo esse transformar-se nos remete à fantasia tanto por ser algo episódico - para ir ver o show do astro - como porque Eron também possui o sonho/fantasia de ser, se não Michael Jackson, como ele e para isso treina as suas coreografias em casa - o seu jeito -, especialmente depois de ter imitado visualmente o ídolo pela primeira vez.

O que se percebe pela fala de Eron e Ketulley<sup>2</sup> é que eles são, antes de tudo, "super-fãs". Madonna e Michael Jackson são absolutamente mitificados por esses clones e é por isso, em primeiro lugar, que eles os imitam, mesmo acreditando que não seja possível tornar-se o ídolo, esforçam-se ao máximo para se assemelharem a ele. Querem ser como ele, pensar como ele, falar como ele, dançar, vestir. A partir disso "captam um pouco" de seu prestígio, de sua aura, tornando-se "Madonna" e "Michael Jackson". É como se apoderar do outro, mas sem nunca deixar de reverenciá-lo, defendê-lo. Carregam o ídolo na própria pele e nas atitudes. Reafirmam a cada momento a presença do mito e, ao mesmo tempo, prestam-lhe uma homenagem.

Para Ana Lúcia Modesto (1989), a relação entre o artista e o público apresenta características do sistema de troca de dádivas. O astro tem a obrigação de se dar e essa doação aparece não só em suas apresentações como artista, mas também a partir de sua aparição maciça na imprensa, onde o astro mostra sua intimidade e a compartilha com o grande público. Essas características da troca de dádivas aparecem também na maneira de se comportar do fã que, além de se sentir no dever de receber tudo o que foi dado pelo ídolo, quer retribuir o que foi distribuído e, para isso, presta diferentes homenagens ao mito. Uma maneira de prestar essa homenagem seria replicar o ídolo, apropriando-se mimeticamente do que ele está doando, uma vez que o que ele doa é, de certa maneira, ele mesmo. O fã, nesse caso, consome o artista numa "relação canibalística", está "engolindo" o seu mito<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Ver trajetória de Eron e Ketulley no primeiro capítulo.

<sup>3</sup> A apropriação "canibal" do clone pelo ídolo será tratada de forma detida em outro capítulo, sendo pensada tanto do ponto de vista ritual, como no sentido em que "os modernos brasileiros" deram à antropofagia - comer e deglutir, oferecendo um produto final próprio, ou novo, mesmo que com o clone não exista o desejo do desenvolvimento de uma cultura genuinamente nacional.

"O fiel, lembra-nos Morin, quer sempre consumir o seu deus..." (Modesto, 1989:70).

O clone - ainda que fidelidade não seja um de seus atributos atuais, é fácil a troca de ídolos - é uma pessoa-manifestação do ato de consumo do modelo.

Além disso,

"Simbolicamente, quando o fã procura se expressar da mesma maneira que o intérprete preferido, também está, por um lado, como que oferecendo sua pessoa como mais um meio de reprodução da estrela..." (Modesto, 1989: 72).

Em geral clones de modelos já falecidos afirmam ter uma consciência maior do fato de representarem mais um meio de reprodução da estrela. Agem como "sacerdotes" do mito que não existe mais, que não pode se apresentar ao vivo. Querem continuar a divulgação de seu trabalho. Gilberto Augusto é clone de Elvis Presley. Tinha dezoito anos na época da pesquisa, portanto nasceu depois da morte do ídolo, mas acredita na sua importância no sentido de mostrar para jovens que não conheceram Elvis o seu talento, o seu trabalho. "Missionário", se propõe a uma tarefa naturalmente impossível, a "ressureição". Raul Silva, clone de Raul Seixas, também se coloca como responsável pela divulgação das músicas de seu modelo.

*"Depois que o Raul morreu, a gente resolveu ser cover mesmo, fazer show só dele, né, porque eu acho que a gente não pode deixar as músicas dele em vão, passar despercebido e eu tô querendo levar adiante as músicas dele, pra não deixar morrer. Ele morreu, Deus que o tenha, mas a gente tá lutando pra*

*conservar esse nome que ele tinha aqui, simplesmente."*

Não só Raul Seixas, mas também Beatles, Freddy Mercury, são alguns artistas que possuem clones empenhados profissionalmente nesse tipo de divulgação. Além destes, dezenas de astros vivos também têm replicantes profissionais. Algumas vezes os clones desses artistas acreditam que possam ter um papel de divulgador do ídolo para pessoas que não poderiam assistir a um show da estrela por falta de dinheiro, ou até por morar em cidades nas quais ele nunca se apresentou, por exemplo.

*"Geralmente a gente faz fora do eixo. Eu procuro fugir de onde o Tim Maia passa. (...) E se eu for na mesma cidade eu jamais vou no clube que ele fez, eu vou num outro clube que não teve condições de pagar pra ele e vai encher do mesmo jeito, porque a maioria que vai no show cover não vai no show do Tim Maia porque não tem dinheiro. O show cover é mais barato." (Bola - cover do Tim Maia).*

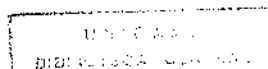
O cover "cobre" as brechas espaciais marcadas pela não presença do ídolo-modelo.

O papel de "sacerdote-cover" do ídolo permanece, então, mesmo no caso de artistas vivos e até brasileiros. O cover é acessível. Diferentemente do músico que ele imita - já famoso - aceita tocar em qualquer lugar e por um preço baixo, se comparado ao do artista "real". Com isso o clone divulga a imagem, as músicas e o próprio show do seu modelo. Além de divulgar, o "sacerdote" pode também reafirmar ao público fiel e mostrar àqueles que não são fãs do artista imitado o quanto ele é bom, ou como as críticas feitas a ele não têm razão de ser.

*"Tem pessoas que detestam o Tim Maia, mas têm cinco shows seguidos meus que estão indo. E eu falo: mas você detesta o Tim Maia e eu só canto Tim Maia, e as pessoas respondem: 'mas com você é diferente'. Então tem um lado também de você tentar limpar o nome do seu ídolo (...). Se eu conseguir que cinco, seis, nove, dez, cem, mil pessoas que não gostam do Tim Maia vão assistir o meu show, eu já estou limpando o nome dele." (Bola)*

O clone acredita que divulga o ídolo, ao contrário da representação usual existente de que eles vulgarizam o artista autêntico.

Mas essas bandas cover (profissionais da imitação) - e aqui retomo a reflexão sobre a motivação econômica do imitar - **podem ou não** ser fãs do modelo que seguem. Podem estar imbuídas do desejo de reproduzir o artista prestando uma homenagem a ele, o ídolo, mas também estar fazendo esse tipo de "tributo" pensando em primeiro lugar no retorno financeiro e, como ouvi de vários covers, podem estar imitando um artista de sucesso como um meio de sobrevivência e como um "trampolim" para mostrar mais tarde o trabalho próprio. O cenário atual parece propiciar esse tipo de prática. Demandas com boas ofertas financeiras proliferam. A banda "It's Only Rolling Stones", de Belo Horizonte, por exemplo, tem, paralelamente à banda cover, um trabalho dito pessoal, com músicas próprias. Esta outra banda chama-se "Serpente", entretanto seus membros não ganham dinheiro com esta última e pouco conseguem se apresentar. Sempre são chamados para tocar Rolling Stones.



Um integrante da banda "Black Dog", que toca cover do Led Zeppelin - em Montreal/Canadá<sup>4</sup> - afirma que faz esse tipo de trabalho para ganhar dinheiro.

*"É um trabalho fácil. A gente é tratado bem quando toca cover. Não há nenhuma outra razão a não ser pelo dinheiro."*

No caso de travestis e transformistas, a motivação econômica para o imitar se torna ainda mais clara. Em seus shows esses transformistas copiam vários artistas, que nem sempre se configuram em um ídolo. Muitas vezes esses imitadores são fãs de um cantor em especial e têm o desejo de mimetizá-lo sempre, mas as boates e o público exigem variedade e isso acaba se tornando difícil. Bárbara Buzuzu, também conhecida como Buzuzu Cordeiro, é um exemplo do que acabo de dizer. Fã de Edson Cordeiro, começou sua carreira em Campinas como a imitadora desse cantor<sup>5</sup>. Fez sucesso por duas noites. Em seguida o público passou a pedir outras músicas, outros cantores. Ou Buzuzu Cordeiro inseria cantores novos em seu repertório, ou perdia o emprego. Escolheu a primeira opção, tornando-se "apenas" Bárbara Buzuzu, mas em qualquer boate continua conhecida como Buzuzu Cordeiro.

É interessante que, muitas vezes, dentro de uma mesma banda cover existem motivações diferentes para tornar-se clone. Alguns membros podem estar fazendo esse trabalho pelo dinheiro, outros pelo prestígio, outros pelo fanatismo e outros, a um só tempo, por mais de uma dessas motivações. Com a banda

---

<sup>4</sup> Entrevista concedida aos diretores do vídeo "Clones, Bárbaros, Replicantes", Kiko Goifman e Caco Souza que estiveram no Canadá. Preparei um roteiro de entrevistas para que eles gravassem clones por lá. Existe também no vídeo um depoimento de uma banda cover italiana, feito nesses mesmos moldes. Nesta dissertação se pretende estudar o caso brasileiro, mas a partir dessas oportunidades pode-se ilustrar a reflexão e reiterar que a imitação contemporânea não acontece só no Brasil.

<sup>5</sup> Na grande maioria das vezes os travestis e transformistas imitam **cantoras**. Buzuzu Cordeiro foi a única transformista que conheci que imitava um homem, mas mesmo assim, ela o imitava se vestindo como mulher.



"Queen Cover", de Santos, por exemplo, acontece isso. O vocalista e líder do grupo afirma ser cover para prestar uma homenagem ao Queen, de quem ele é fã:

*"Desde 78 eu venho colecionando Queen. Eu sou extremamente fanático, eu me considero um dos maiores fãs do Freddy Mercury (vocalista do Queen) aqui do país. Eu copio totalmente, até roupa confeccionei, mandei fazer igual."*

O baterista, diferentemente, toca pelo retorno financeiro. É músico e acredita que no Brasil é mais fácil ganhar dinheiro com música tocando cover de bandas famosas.

*"Eu gosto do Queen, mas não sou fanático. Toco nessa banda porque sou amigo dos caras e porque dá dinheiro. Eu prefiro rock and roll pesado. Até tenho outra banda."*

Uma outra motivação para tornar-se clone, ainda que possa parecer paradoxal, refere-se ao desejo da diferença. Uma resposta comum a quase todos os meus informantes, quando indagados sobre o porquê de imitar alguém, revelava claramente essa vontade da diferença, originalidade mesmo. Vivendo em um momento no qual se afirma a existência de um certo padrão na moda, no qual se aponta que adolescentes vestem "mais ou menos as mesmas roupas", o clone se transforma para se tornar original em relação a um grupo genérico e, de fato, se torna. Usar uma parte da roupa da Madonna é, por exemplo, quase norma entre adolescentes. Entretanto, se "Madonnas" são comuns hoje em dia, é difícil encontrar em uma mesma escola, por exemplo, mais de uma delas. Assim, nesse espaço o clone é percebido como alguém que se distingue do grupo. Todo

mundo sabe quando há uma "Madonna" em sua escola, em seu bairro. E encontrei várias delas assim, perguntando para adolescentes se conheciam essas pessoas.

*"O que cê quer é mostrar seu eu. É uma coisa de ficar parecido com ele, mas não daquele negócio de parecer que eu vou dar show, ah, sou ele. Não, não é isso. (...) É igualar a ele pra ficar diferente do resto. (Rodrigo - clone do Deee Lite)*

*"Eu não fui no show igual à Madonna porque ia ter um monte de gente de Madonna e, além do mais, as roupas dela não são confortáveis para ver um show desse. E o show é dela, pra que que eu vou igual a ela?" (Ketulley)*

Como se percebe, as motivações para a imitação são diferenciadas e podem aparecer associadas, o que aliás é mais comum. É recorrente, por exemplo, a busca de prestígio em relações sociais de diversas ordens. Thiago, clone de Michael Jackson que ainda não se apresenta profissionalmente, mostra claramente a associação dessas motivações do imitar:

*"As roupas do Michael eu só uso pra sair, pra dançar com o meu grupo nas discotecas e futuramente pra ser cover dele também. Mas eu não vou fazer isso pro resto da vida não, porque todo cantor famoso imita alguém antes. Eu vou ser cantor depois e aí quando me entrevistarem e me perguntarem se eu imitava alguém antes de ficar famoso, eu vou falar que imitava o Michael. Agora que eu tô no começo, eu vou fazer cover, porque isso, além de fazer sucesso, dá dinheiro também, e muito!"*

Mesmo aqueles fãs, que a princípio só mimetizam o ídolo como uma forma de reverenciá-lo, não descartam a idéia de se tornarem um dia imitadores profissionais. Muitas vezes não o fazem por pensarem que não estão preparados ainda. Acreditam que para ser cover é necessário trabalhar muito o "visual" e as coreografias, como afirmam Ketulley e Eron. Projetam para o futuro a coroação de um presente já devoto.

As motivações do imitar foram tratadas aqui, mas estarão presentes em toda a dissertação, ainda que o objetivo último seja interpretar e discutir a imitação e não detectar suas causas.

## 2.2- Os braços da mídia

Nesse momento me parece importante - mesmo inevitável - uma discussão sobre a indústria cultural<sup>6</sup> e sua relação com a imitação. Venho falando sempre em cenário contemporâneo e não há como negar a importância da indústria de cultura - e noções associadas a esse termo - nesse cenário.

"'Cultura de massa' torna-se, então, uma definição de ordem antropológica, válida para indicar um precioso contexto histórico (aquele em que vivemos), onde todos os

---

<sup>6</sup> O conceito de Indústria Cultural é polêmico. É apontado por Adorno e Horkheimer como tendo uma homogeneidade intrínseca que, me parece, não corresponde à realidade. Talvez fosse mais adequado, concordando com autores como Flichy (1980) e Huet et alli (1978), utilizar o termo Indústrias culturais, que demonstra a heterogeneidade desse campo e, mais importante, não há uma indústria cultural, já que cada indústria que reproduz "bens culturais" tem uma realidade própria e, além disso, "*a produção da cultura no capitalismo contemporâneo representa em si mesmo um processo destituído de unidade, na medida em que nele coexistem formas de criação e relação de produção de diferente natureza.*" (Huet et alli, 1978, citado por Modesto, 1989: 46) Se existe uma tendência à padronização, reduzi-la à homogeneidade talvez não seja o melhor caminho. No plural ou no singular, a utilização do conceito no texto desta dissertação se dá a partir de uma ótica que compreende a heterogeneidade da(s) indústria(s) cultural(ais).

fenômenos comunicacionais - desde as propostas para o divertimento evasivo até os apelos à interiorização - surgem dialeticamente conexos ..." (Eco, 1976: 15,16).

Em nenhum momento pretendo explicar a imitação exclusivamente através de instrumentos da mídia. Parte-se de um princípio, em concordância com Tarde (s/d), que a imitação é um fenômeno social por excelência, estando inclusive na base da formação da sociedade e que, atualmente, a indústria cultural situa-se em um momento privilegiado na exposição de modelos. A aquisição de grande prestígio hoje em dia está imediatamente vinculada à presença nos vários *mídia*. E é sobre esse aspecto que a mídia interessa aqui e não para atribuir aos controladores desta as motivações exclusivas da imitação.

Historicamente homens copiam e recriam a partir das experiências sociais e coletivas, remotas e recentes. Modelar-se por um outro(s), espelhar-se, construir caricaturas e paródias remetem a tempos outros, quando não fazia sentido sequer pensar em uma indústria cultural. Apontar esses aspectos porém não significa desprezar essa indústria (ou indústrias), mas, ao contrário, enfatizar sua importância na apresentação de condutas modelares ou exemplares e perceber seu papel no que se refere à colocação de objetos e fatos relacionados aos ídolos à disposição do fã. O que deve ser apontado porém é que a compreensão da imitação - e das noções correlatas a esse termo, como simulacro e *mimesis*, priorizadas no próximo capítulo - nesta pesquisa está associada às relações sociais cotidianas contemporâneas e ao reconhecimento dos receptores como sujeitos interpretativos que, por motivações sociais diversas, imitam.

Não se trata então de compreender a imitação a partir da indústria cultural, mas investigá-la em um cenário onde essa indústria ocupa um espaço significativo. Compreender um pouco a respeito destas pessoas que colocam seu

corpo como receptáculo de um outro, a partir das motivações sociais do tornar-se clone discutidas no tópico anterior.

A mídia cria cada vez mais espaços para a super-exposição de artistas, contribuindo sobremaneira para a sua mitificação. O artista pop hoje aparece em diversos meios de comunicação, seja como artista, seja como "pessoa comum". A quantidade de shows gravados, filmados ou fotografados aumenta de forma acelerada. A vida pessoal do mito está também cada vez mais "desnudada" ou "fabricada" a partir das entrevistas feitas para os incontáveis jornais, revistas, canais de televisão, estações de rádio. O artista é uma "estrela" e, como tal, sua imagem é inteira e continuamente exposta. Ao falar do *star system* hollywoodiano, Morin afirma:

"Não há um centímetro do seu corpo, uma fibra da sua alma ou uma recordação da sua vida que não possa ser lançada no mercado." (1980: 80)

A partir do *boom* da indústria fonográfica e da televisão, a estrela musical passa a ter o *status* que tinha a estrela do cinema; agora é a pessoa do intérprete musical que é explorada para despertar o interesse do público, sendo que, no momento atual, a frase de Morin se encaixa perfeitamente para os inúmeros ídolos da música pop, sejam estrangeiros ou brasileiros. Já em 1935 Benjamin apontava para essa questão. Para o autor, o ídolo das massas se encontra num mercado, no qual,

"não vende apenas sua força de trabalho, mas sua pele e seus cabelos, seu coração e seus rins." (1982: 226)

Hoje em dia, com o avanço da tecnologia, essa "venda" ocorre de forma mais maciça ainda e com muito maior rapidez. Dessa forma, o público está cada vez mais próximo do seu ídolo. Pode-se dizer que o público cria uma "relação íntima" com o artista, ainda que esta seja unilateral. E é unilateral, além de parcial, na medida em que, como aponta Modesto:

"Deve sempre existir um pouco de mistério em torno do ídolo garantindo uma certa distância entre ele e seu público, requisito obrigatório para que se conserve uma das características fundamentais do objeto de culto, sua inacessibilidade." (1989: 144)

Entretanto, por mais que haja mistério e falta de acesso face-a-face com o intérprete musical, sua vida está super-exposta. O ídolo é inacessível se pensado como pessoa de "carne e osso", mas o mito, o artista "bidimensional" que nos é mostrado por lentes de câmeras fotográficas, cinematográficas ou videográficas, ou o seu discurso, sua fala em entrevistas e reportagens, esse é acessível e, mais importante, além de acessível continua envolto em fragmentos de mistério ou mesmo em uma "aura" de *star*. Assim, é acessível, mas não perde seu prestígio.

Para o clone, tanto a "aura" que envolve o modelo, conferindo-lhe prestígio, como a quantidade de informação disponível sobre o modelo é de suma importância para a construção da cópia, do personagem-outro. Para imitar é preciso que se saiba sobre o modelo, mas é preciso também, de algum modo, de distância - abstrata ou concreta - para que o mito não se perca. Vale a pena reiterar uma característica do clone que já foi dita no primeiro capítulo. Ao mesmo tempo que em seu discurso, não raro, nega a imitação, imita o ídolo e assume isso publicamente. O que poderia sugerir incoerência, paradoxo, na verdade está intrinsecamente ligado à auratização do artista. Este, para ser ídolo, tem que

parecer distante, inatingível e, simultaneamente, para ser imitado, tem que estar próximo. O jogo midiático permite essa negociação, quando aproxima o ídolo cotidianamente, mas faz isso apenas através dos veículos de comunicação que mantêm a lógica do não contato integral.

*"Assisto os shows ao vivo, gravo da TV, tenho CDs, tenho os discos, toda vez que tem show do Tim Maia eu vou. Eu leio as revistas todas que aparece Tim Maia e elas estão guardadas. Eu procuro ler pra ter uma visão ampla do que é o Tim Maia. Se você assistir o show do Tim Maia e o meu cê vai falar: é igual. Algumas coisas que eu falo do texto é ipsis literis o que ele fala..." (Bola)*

*"Eu, o René e outros amigos dele começamos a encontrar todo dia na casa do René para gravar umas músicas, assistir uns clips, ver o vídeo com a reportagem sobre a vida do Michael, aí a gente fica discutindo, conversando sobre isso." (Marcos - clone do Michael Jackson)*

Em "A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica", Benjamin afirma que com a reprodução em série, a obra de arte perde sua aura, na medida em que a auratização tem duas características básicas: a distância e a unicidade. É apenas como única e distante que se apresenta como objeto de culto, sagrado. Hauser afirma que com a secularização da obra de arte tem início o culto da pessoa, época em que os pintores passam a assinar suas obras e fazerem autorretratos: a partir daí,

*"...já não é a arte do pintor, mas o próprio homem que é objeto de veneração e se torna moda. O mundo, cuja*

glória lhe pertence proclamar, proclama agora a glória do artista; o culto, de que ele era instrumento, aplica-se-lhe."  
(1972: 431)

Como já foi apontado, para Modesto a relação entre o público e o artista hoje conserva algumas características próprias das relações sociais pré-capitalistas. Honra e prestígio, por exemplo, estão presentes nessa relação, sendo que a arte não tem apenas valor de mercadoria, mas existe uma troca de dádivas entre o ídolo e o seu público. A música cantada por Madonna, então, é vista como um dom, uma dádiva que ela doa a seus fãs e estes retribuem-na assistindo a seus shows, comprando discos e um sem número de produtos relacionados a ela e até imitando-a, seja no visual, seja no comportamento. A partir dessa discussão a autora sugere que houve um deslocamento da aura e, atualmente,

"...uma aura envolve a presença e a imagem do artista aos olhos do seu público, a aura que a obra de arte perdeu com a reprodução técnica." (1989: 225).

Ou seja, o artista, o ídolo, é mitificado, sacralizado, único e distante - se pensarmos na noção de auratização de Benjamin - e, dessa forma, é cultuado.

Acreditando no deslocamento da aura, pode-se dizer que a mídia e o fã contribuiriam para a auratização do artista. A primeira porque através de seus veículos faz do artista um objeto de devoção pública, tornando-o acessível aos olhos do consumidor, mas ao mesmo tempo distante, mitificado. O fã reforçaria a presença dessa aura, na medida em que tem uma "disposição devota"<sup>7</sup> para com o ídolo, uma disposição que em outros tempos se referia à obra. Mitificam, eles

---

<sup>7</sup> Tomo essa expressão de Bourdieu (1987).



próprios, aquele artista de sua preferência. Mas, por outro lado, se pensarmos que hoje em dia proliferam clones, incontáveis réplicas, reproduções vivas de artistas famosos, profanando qualquer aura - no sentido de Benjamin, pois com os clones o artista/modelo perde a unicidade e a distância - pode-se acreditar na abolição integral de qualquer aura.

Essa discussão, entretanto, me parece ambígua e delicada. Utilizando a noção de aura nos termos de Benjamin, de fato o ídolo está longe de ser envolto por uma aura, algo sagrado, jamais profanado, distante e absolutamente inacessível. Mas esse mesmo ídolo profanado, imitado, "multiplicado" é também mitificado, como já foi apontado diversas vezes, "seguido" em seu comportamento, sua música, suas roupas, seu discurso, uma pessoa vista quase sempre como superior. Uma pessoa a um só tempo próxima e distante, misteriosa e acessível. Alguém que faz parte do nosso cotidiano, que nos é familiar, mas apenas através de imagens, ou de cópias. Alguém que é, pode-se dizer, cultuado, mesmo que seja num "ritual profano". Imagens comuns atualmente são as de jovens chorando em shows de seus ídolos, em movimentos histéricos para chegar mais perto do palco ou para conseguir autógrafos. Jovens que desmaiam ao se encontrar frente a frente com o ídolo, pessoas que dormem na rua, em frente aos hotéis onde se hospedam músicos famosos, em busca de uma visão do ídolo, mesmo que atrás de lentes de binóculos. E é por isso que se entende a negação do clone em assumir a imitação: trata-se de não "matar" o ídolo, mas assumí-lo na própria pele.

Os artistas pop de hoje, esses ditos "criados", veiculados e, por que não, profanados pela mídia, não são, definitivamente, tratados como pessoas comuns. Sua profissão tem algo de muito mágico que o difere de um médico, por exemplo - profissão de prestígio histórico em diversas sociedades e que continua com seu *glamour* - que jamais teve suas roupas rasgadas ao sair pelas ruas e que nunca

reuniu milhões de pessoas para vê-lo trabalhar. O artista difere disso e, nesse sentido, tendo a concordar com Modesto (op. cit.) no que se refere à relação entre o ídolo e seu público, que vai além das relações capitalistas de troca, nas quais uma mercadoria vale apenas como objeto de consumo. Por mais que os artistas se transformem em mercadoria e vendam sua obra, aqui está presente também sua pessoa, sua personalidade, algo único, singular, mesmo que reproduzido incontáveis vezes. Não há aqui a frieza e a indiferenciação das peças de uma metalúrgica, por exemplo, feitas em série, por centenas de pessoas que não têm sequer a dimensão de seu todo. A arte, mesmo na sociedade de massas, possui, intrínseca a ela, uma singularidade.

Artistas pop são realmente replicados, copiados em todo o mundo, mas se estão vivos ainda são cultuados e, mesmo que os shows de cover lotem, o original é sempre esperado e possui um "prestígio superior". Assistimos ao cover normalmente buscando encontrar o original nele, tanto que seu valor está em ser o mais próximo do modelo, no visual, na voz, no modo de dançar. Além disso, os próprios imitadores se utilizam do artista como modelo, por serem fanáticos, para ganharem dinheiro ou para obterem prestígio, como aponta Tarde: "para retirarem dele seu prestígio", mesmo que não inteiramente. Ou melhor, em um jogo de ambiguidades, retira-se o prestígio para devolvê-lo ainda maior. Uma pessoa que é replicada "milimetricamente", em detalhes minúsculos, tem algo, então, que pode ser visto como "aura".

Portanto, talvez o sentido desse termo possa ser pensado, atualmente, com um significado um pouco diferente daquele utilizado por Benjamin para se referir à obra de arte. Talvez um tom menos sagrado, talvez uma distância e uma unicidade um tanto mais profanadas pelas réplicas vivas e pelas diversas aparições nos meios de comunicação.

Para retomar o que vinha sendo dito, pode-se perceber que a mídia, então, tem um papel fundamental na relação entre o clone e o modelo. Na medida em que coloca o artista em evidência - como mito - e o expõe incansavelmente, acaba por criar subsídios para o imitador. Pode-se dizer que a mídia funciona como mediadora da relação entre o clone e o modelo, atualmente é a partir dela - na maioria das vezes - que o imitador fica sabendo das últimas novidades sobre o visual do seu modelo, tendo conhecimento, então, do que mimetizar.

É interessante que, com o incremento da tecnologia, as informações áudio-visuais e mesmo escritas ultrapassam as fronteiras de espaço e a indústria cultural é de suma importância aqui, pois é ela, a partir dos seus tantos meios de comunicação, que faz chegar isso ao público, facilitando sobremaneira a troca de informação à distância.

"... o homem não vive apenas de água e ar, mas de uma escala espacial. Uma escala de espaço-tempo que é consideravelmente modificada pelos meios de transporte supersônicos e sobretudo pelos meios de comunicação instantânea. Temos o sentimento profundo do encolhimento do mundo ..."8.

Dessa forma, um clone tem informação sobre o seu modelo onde quer que esteja, ele só precisa ter uma televisão, um rádio, ou uma banca de jornal acessíveis.

Se antigamente a imitação só poderia ser feita num mesmo espaço geográfico, já que é preciso ver/conhecer o modelo para imitá-lo, hoje praticamente não existe mais esse limite espacial. Madonna, Michael Jackson, Elvis Presley são artistas do mundo, não importa se vivos ou mortos, são

---

<sup>8</sup> Paul Virilio no jornal Folha de São Paulo de 13/07/1993.

onipresentes, uma espécie de "deuses contemporâneos" - já que hoje em dia é mesmo permissível falar em "deus" ou "deuses" de uma forma menos sagrada -, presentes, ainda que bidimensionalmente (via TV), em Nova Iorque ou no interior mais longínquo do Brasil, muitas vezes ao mesmo tempo. Desse modo, a imitação torna-se facilitada. Há mais modelos à disposição e o alargamento do limite de espaço contribui para esse crescimento dos modelos disponíveis. Em outros tempos a imitação acontecia mais facilmente a partir de modelos mais próximos, como pais e professores, imbuídos do status de seres prestigiados, "superiores". Modelos encontrados no cotidiano, "à mão". Com o aumento da difusão dos meios de comunicação os ídolos acabam por fazer parte do nosso cotidiano tanto quanto nossos pais e professores, mesmo que de uma maneira evidentemente diversa, mesmo que estejam a um só tempo próximos e distantes.

Não só os limites de espaço se alargaram de maneira brutal com o avanço da tecnologia e o incremento dos meios de comunicação. Pode-se perceber também uma mudança significativa na questão do tempo. Há poucas décadas o cinema era o único meio que propiciava a visão de imagem em movimento, sendo que as sessões aconteciam (e acontecem) com horários marcados. Além disso não havia tantos filmes à disposição em um mesmo momento. Hoje em dia, além do crescimento da indústria do cinema, temos à mão filmes de diversos países e pode-se assistir atualmente, por exemplo, a mais de uma fita diferente por dia.

Aliado a isso temos a televisão, que avança a cada dia, propiciando a assinatura de um sem número de canais e o vídeo cassete, através do qual podemos gravar diversos programas e alugar vários filmes. Ou seja, não há mais a limitação de tempo para assistirmos imagens em movimento e existe ainda uma disposição cada vez maior para assisti-las. O tempo reservado para isso se alargou. É comum encontrarmos aparelhos de televisão ligados por dias inteiros atualmente, como afirma Pronovost:

"O consumo da 'mass media' ocupa sozinho cerca de 40% do tempo livre. Por causa do importante papel da televisão, as horas de lazer são gastas principalmente em casa; de fato, na maior parte dos estudos, atividades 'na rua' somam não mais que poucos minutos por dia"<sup>9</sup> (1989: 83).

Com isso, a exposição dos ídolos também aumenta; filmes dos shows, *video-clips* e mesmo entrevistas aparecem na TV a todo momento e existe hoje a MTV, especializada em música, com programas diários e ininterruptos sobre este assunto. Dessa forma alarga-se a aparição do ídolo, não só espacial, mas também temporalmente.

Por outro lado, a indústria cultural apresenta com rapidez ímpar uma série de ídolos que, aliada ao desejo dos fãs pelo novo, instaura um tipo particular de imitação, a imitação efêmera. Ou seja, o clone - e mesmo o fã - pode trocar de ídolo e, nesse caso, também troca de roupa, a partir do lançamento contínuo de novos artistas, diferentes, correspondendo a diversos gostos e idades. Ketulley, clone de Madonna, por exemplo, antes de imitar essa cantora era fã do Elton Jonh. Não tinha uma relação mimética com ele, mas escutava **somente** as suas músicas. Em seguida passou a se interessar pelo rock e se vestia no mesmo estilo de Jonh Bon Jovi, vocalista da banda Bon Jovi.

Segundo Umberto Eco, os sucessos têm vida efêmera exatamente porque seguem a lógica de tudo o que faz parte da sociedade de consumo. Assim,

"... a música deve ser consumida rapidamente, envelhecer logo para que se crie a necessidade de um novo produto.

---

<sup>9</sup> Tradução minha.

Existe uma pressão do mercado sobre os estilos e os discos para fazê-los rapidamente 'sair de moda', exatamente como ocorre com os carros e as roupas femininas." (citado por Muggiati, 1981: 56)

Por essa razão, os ídolos também "trocam de roupa", aparecendo a cada novo disco de maneira diferente, modificando não só o visual, mas muitas vezes o tipo de música. Madonna, por exemplo, em 1993 vinha com o disco "Erótica", acompanhado de *video-clips* e ainda um livro - "Sex" - com fotos em que aparecia nua, em poses eróticas. Em 1995 lança seu novo álbum e nas entrevistas sobre sua nova fase diz que é muito romântica e que agora quer se casar e ter filhos. No último proclamava seu bissexualismo. Hoje se diz heterossexual. Todas essas informações nos chegam através da mídia e o clone da Madonna, por exemplo, já tem tempo e informação suficientes para "trocar de roupa" e de discurso como ela. David Bowie é conhecido como camaleão por causa das suas infinitas mudanças no visual desde o início da carreira.

Assim, a partir dos meios de comunicação e de sua "interatividade", não é apenas o ídolo que está à disposição dos seus fãs, mas também um sem número de informações e mercadorias sobre ele. Tais informações são crescentes e o que se percebe é que a cada dia sabemos mais sobre diferentes artistas. Existe ainda o *fanzine*, criado por "movimentos alternativos" - com destaque para o movimento *punk* - que é uma revista, em geral mimeografada ou "xerocada", na qual circulam informações sobre bandas de rock. Atualmente o *fanzine* não é feito apenas pelos *punks* e, mesmo ainda sendo um meio de comunicação restrito e "marginal", serve como troca de informações sobre os ídolos.

Investigando a recepção da novela das oito (Rede Globo)<sup>10</sup> em dois grupos distintos, Ondina Fachel Leal se mostrou assustada com a familiaridade das pessoas com a novela e suas personagens:

"...as pessoas falavam, vestiam-se, penteavam-se nas formas e nas modas do que me parecia claramente identificável com a novela das oito. E comentavam, discutiam e tomavam partido a respeito de personagens com a familiaridade de quem divide com eles seus afetos domésticos." (1990: 12)

A mídia acaba por criar essa familiaridade não só com personagens de novelas, mas também de filmes e com os próprios artistas, sejam atores ou músicos. Essas pessoas estão realmente no nosso cotidiano e sabemos de cada problema ou cada momento feliz de suas vidas, sabemos suas doenças, seus casamentos, seus divórcios e tantas coisas mais, mesmo se não procurarmos conhecer a vida desses artistas, pois lendo ou assistindo qualquer jornal essas "curiosidades" nos chegam, sem o menor esforço nosso.

O clone normalmente vai além nesse conhecimento, porque procura. Quer saber - em alguns casos, como os profissionais, precisa saber - todos os detalhes da vida do seu modelo e para isso basta assistir ou ler um maior número de jornais, comprar revistas e trocar informações com outros clones ou fãs. Os dados existem e são divulgados pelos meios de comunicação. Se a busca de informações é considerada tarefa de detetive, o clone é como que um investigador de pistas simples, à mão. Em alguns casos, quando existe uma raridade-novidade na informação, ela se torna valiosa.

---

<sup>10</sup> A novela investigada por Leal (1990) foi "Sol de Verão".

Como já foi sugerido no primeiro capítulo o próprio clone tem espaço na mídia, aparecendo em jornais, revistas e na televisão, sobretudo se o artista "verdadeiro" está em evidência, como nos shows de Michael Jackson e Madonna no Brasil, por exemplo. Mesmo que esse espaço seja marginal, se comparado ao reservado para o modelo, o imitador também está lá e, de certa forma, além de se tornar conhecido se torna prestigiado. Durante minha pesquisa pude ver reportagens televisivas sobre clones e sócias no "Fantástico", "Jornal Nacional", "Programa Livre", "Aqui Agora", "Programa Sílvia Poppovick", "Jornal da Bandeirantes"<sup>11</sup>, entre outros. Isso apenas na televisão, mas na imprensa escrita, jornais e revistas também é muito recorrente<sup>12</sup>.

A novela das oito da Rede Globo, "Explode Coração" - de Glória Peres - que começou a ser exibida no final de 1995 tem um clone de Elvis Presley entre suas personagens. Bebeto à Jato, personagem de Guilherme Karan, aparece vestido como o cantor em diversas cenas, dançando o "rock and roll" dos anos 60 com vários amigos - os *rockers*, ou *rockabilly*, como são conhecidos - que não querem "deixar morrer esse tipo de som". Em um dos capítulos, houve um concurso de Topetes<sup>13</sup>, do qual Bebeto à Jato foi o campeão, agradecendo o prêmio, em primeiro lugar, a "*Mr. Elvis Presley, nossa inspiração maior*".

Além de Bebeto, existe uma personagem - representada pelo ator Floriano Peixoto - chamada de *drag-queen* pela autora<sup>14</sup>, que se apresenta em boates como a cantora espanhola Sarita Montiel.

Recentemente até em publicidade o clone apareceu. Um comercial da Gradiente (marca de equipamentos eletrônicos) coloca a imagem de sócias da

---

<sup>11</sup> Programas apresentados por Rede Globo, S.B.T. e Bandeirantes, respectivamente.

<sup>12</sup> Ver anexo.

<sup>13</sup> Esse concurso existe de fato no Estado de São Paulo, em São Caetano do Sul.

<sup>14</sup> Entre *drag-queens*, travestis, transformistas e *gays*, existe hoje em dia uma grande discussão em torno de que tipo de personagem Sarita representa. Mas todos são unânimes ao dizer que ela não é uma *drag-queen*, que se veste como mulher apenas em ocasiões específicas, como shows e performances. A Sarita da novela aparece permanentemente como mulher.



Madonna, Michael Jackson, Elvis Presley, dizendo que eles são **quase** iguais ao autêntico, para vender um som que não é **quase**, mas é o autêntico, o original e, portanto, o melhor. Outra propaganda, da marca Kildare de sapatos, se utiliza do termo cover e da idéia de imitação *versus* original - notadamente mais agressiva que a anterior - dessa vez em *out-door*, a frase é: "*Cuspa nos covers*", para que as pessoas só comprem e valorizem o original, no caso, produtos da marca citada.<sup>15</sup>

Se na publicidade a imitação aparece normalmente imbuída de um juízo de valor negativo, na mídia nem sempre é vista dessa forma. Em geral, o clone aparece para dar entrevistas sobre sua condição de imitador e há, de alguma maneira, um certo prestígio em torno do idêntico. É comum ouvirmos/lermos frases do tipo: "nossa, mas você é igualzinho ao Michel Jackson", "poderia ser confundido", por exemplo. Por outro lado, o clone muitas vezes é utilizado para promover o modelo<sup>16</sup>, seja no lançamento de filmes, seja porque o artista vem fazer show no Brasil. Por ocasião dos espetáculos de Madonna e Michael Jackson isso aconteceu infinitas vezes. Uma Madonna cover foi à suíte onde se hospedaria a "autêntica" para dar entrevistas e dizer suas impressões sobre o hotel. Foram realizados diversos desfiles de "Madonnas" e "Michael Jacksons" antes do desembarque deles. Foi simulada a chegada de Michael Jackson, desde o aeroporto até o hotel em que ficaria hospedado. A própria produção se utilizou de clones para esconder o cantor verdadeiro. Por exemplo, para Madonna sair sossegada do hotel, saiu antes, em uma limusine, com batedores da polícia atrás,

---

<sup>15</sup> O caráter aberto desta pesquisa é notório. Marcado pelo número cotidianamente acrescido de clones em evidência. A recente morte coletiva do grupo "Mamonas Assassinas", gerou uma infinidade de concursos de cover. O caráter trágico da morte, acidente aéreo, trouxe ainda uma "aura" de homenagem a tais concursos.

<sup>16</sup> Em geral esse tipo de promoção é feito para artistas mortos ou estrangeiros.

sua clone. Existia, inclusive a clone oficial da Madonna nessa época. O imitador nesse caso funciona como um dublê, alguém que se arrisca em nome de outro<sup>17</sup>.

Além disso, a imprensa muitas vezes contribui para a formação de clones na medida em que ensina onde comprar roupas e cortar o cabelo como o ídolo, como fez o "Diário do Povo" - jornal de Campinas - na época do show de Madonna, dando dicas de lojas e salões com os endereços ao lado. Ou o "Aqui Agora" - tele-jornal do SBT -, que levou duas meninas ao cabelereiro, documentando a ida, naturalmente, para que elas cortassem o cabelo e se maquiassem como Madonna, ou o "Notícias Populares", que ensinou nas páginas do jornal a maneira de se maquiar como a artista. (ver anexo)

Na época de mega-shows, quando o modelo está presente no Brasil, o contexto que propicia a proliferação e a exposição dos clones é, sem dúvida, alimentado pela imprensa. Ávidos em informar "qualquer coisa" sobre os astros, os jornalistas defrontam-se muitas vezes com a escassez de novas informações. É difícil a obtenção de "furos jornalísticos". Normalmente não existem entrevistas, sequer coletivas. As imagens de diversos canais televisivos tendem à homogeneização, normalmente cedidas pela produção dos shows. São criados "furos" fantasiosos, como o repórter do programa "Aqui Agora" que em uma imensa reportagem tenta se aproximar, **em vão**, de Michael Jackson e, ainda assim, a matéria vai para o ar. Os clones parecem então se tornar matéria real para a imprensa. Estes dão depoimentos, ou são veiculados em seu quase exotismo. São mostrados os que realmente se assemelham, os que apenas se divertem, os que se vestem ironicamente. "Todos" os meios de comunicação mostraram clones. Muitos, inclusive, pareciam ser forjados para esse uso. Um

---

<sup>17</sup> Em fevereiro de 1996 - quando esta dissertação já estava praticamente terminada - Michael Jackson esteve no Brasil para gravar um *video-clip* dirigido por Spike Lee. Foram filmadas cenas em Salvador, com o grupo Olodum, e no Morro Dona Marta, no Rio de Janeiro. Nesse último local, um clone fez algumas cenas no lugar do astro, conforme reportagem da Folha de São Paulo, 12/02/1996.

*strip-tease* de uma clone foi capa de jornal<sup>18</sup>. Outros, mesmo que intencionalmente nem estivessem vestidos para esse fim, eram mostrados como "representantes na terra" de um ídolo próximo, mas ainda "no céu".

Mesmo por ocasião do também mega-show dos Rolling Stones - banda que tem tradição no cenário do rock e cujos membros não se vestem de uma forma tão diferente do que se vê nas ruas, para serem alvos de imitação explícita no vestuário - vê-se em diferentes jornais clones, sócias, bandas cover. A banda "It's Only Rolling Stones", de Belo Horizonte, foi entrevistada em várias estações de rádio locais e demonstrou seu contentamento em "estar na moda" agora que os Rolling Stones vieram ao Brasil. A banda cover foi convidada, inclusive, para diversos shows no interior de São Paulo, antecedendo a chegada dos ídolos. Se em pequenas cidades os "originais" não foram, não há problema, os clones ali estavam para fazer seu show.

O que se percebe a partir do que foi dito é que a imitação hoje, além de exacerbada - talvez por estarmos vivendo em uma sociedade plena de imagens, onde tudo é visto, olhado - está envolta em uma aura de prestígio e importância, fundamentalmente criada pela mídia, que a apresenta ao grande público a cada instante, talvez com quase a mesma importância da imagem "autêntica". Naturalmente existem as valorações negativas em torno da imitação, vindas até por parte dos clones, que normalmente se lembram de dizer que não pretendem ser imitadores a vida inteira. Existe o diagnóstico de uma "crise da criatividade" hoje em dia, existem aqueles que não se cansam de julgar clones e bandas cover como "aproveitadores" de um cantor que já possui fãs certos<sup>19</sup>. Entretanto esses imitadores estão aí e fazem shows que estão quase sempre cheios, aparecem a

---

<sup>18</sup> Ver anexo.

<sup>19</sup> Essa questão será tratada no último capítulo.

todo instante em jornais, revistas e televisão. Marcam a sua presença, "todo mundo" sabe de sua existência, muitas vezes através da mídia, não importando se os vêem com bons olhos, maus olhos, ou com relativa indiferença.

### **2.3- Uma condição de recepção**

Não é difícil, numa análise rápida, pensar os clones como sujeitos passivos, indivíduos que, porque imitam um modelo, aceitam uma imposição de uma indústria que o aponta (o modelo) como um ser superior em diversos aspectos. Mas a partir de uma reflexão mais cuidadosa e feita à luz de pesquisa de campo, pode-se perceber que o clone cria um tipo de identificação com o modelo que escolheu para mimetizar, seja porque este é seu ídolo, seja para conseguir prestígio perante a sociedade, seja por uma motivação financeira. Mas, no meu entender, associar essa identificação com a idéia de uma passividade total é, se não um equívoco, pelo menos uma interpretação precipitada.

A partir do momento em que o clone imita, ele se mostra ativo, no sentido de que está realizando uma ação simbólica. O clone está produzindo uma imagem, ao mesmo tempo pública e individual, mas está produzindo/realizando, mesmo que essa imagem esteja pautada numa reprodução. O clone tem desejo, ainda que um desejo de similaridade e, mais importante, de algum modo está se relacionando com o modelo ativamente, pois se utiliza desse outro para se construir a si próprio. Pode-se pensar que essa postura ativa busca mais a similaridade do que a crítica, mas, por um lado, interpretar não é sinônimo de criticar e a crítica não necessariamente está excluída dessa re-construção do "eu" com base no "outro", porque, como será discutido no último capítulo, a relação pode buscar a imitação na forma e não no conteúdo e vice-versa e, pode ainda,

retrabalhar tanto o conteúdo quanto a forma, como acontece com diversos clones, com os quais conversei. Para citar apenas um exemplo:

*"Criei o meu Edson Cordeiro. Eu cheguei à conclusão, falei assim: deixa eu criar o meu personagem, porque daí eu não chego a ofender o trabalho dele. Porque pra mim, ao meu ver, eu estaria ofendendo o trabalho dele, porque como ele criou o Edson Cordeiro, né, eu tenho o meu direito de criar também, mas o meu Edson Cordeiro, entendeu, só usando nome e músicas em cima do trabalho dele. É a Buzuzu Cordeiro." (Bárbara Buzuzu - clone de Edson Cordeiro)*

Também ao replicar o modelo, o clone redefine a própria relação entre o ídolo, a mídia e o público. O cover cria uma relação face-a-face com o público.

Gostaria de reiterar que é nítida atualmente uma tendência ao enfoque, em diferentes pesquisas, no pólo da recepção. Um exemplo de estudo brasileiro significativo nesse sentido é o desenvolvido por Ondina Fachel Leal. Logo no primeiro capítulo de seu livro a autora aponta:

*"Não me detive na análise teórica sobre os meios de comunicação de massa ou nas questões teóricas sobre cultura; tomei-as como referenciais fundamentais e acredito serem discussões necessárias. Também não fiz uma análise de conteúdo da mensagem - o que pode ser importante e revelador - mas optei em recortar meu objeto em outro pólo, no pólo da recepção da mensagem." (1990: 11)*

Mesmo em algumas pesquisas cujo fim último não é a compreensão do *status* da recepção, a figura do receptor passa a ser importante e a condição de recepção não é descartada. Essa perspectiva nega a visão do espectador apenas como um "terminal passivo" do processo de comunicação, delegando à esfera da recepção e de sua personalização - o receptor - uma importância para a compreensão das relações comunicativas. Não apenas o emissor, a mensagem, o meio, mas o próprio ato interpretativo de quem assiste é levado em consideração.

Um exemplo de preocupação com a condição de recepção em uma pesquisa que não se situa prioritariamente no problema da comunicação social é visível no recente trabalho de Goifman (1994). Preocupado com a compreensão do tempo e espaço carcerário, o autor se detém na importância atual da presença de televisão (meios) no cárcere e na relação que os presos (receptores) desenvolvem com tal meio.

A TV aparece na prisão, segundo Goifman, como uma possibilidade real de se "matar o tempo" e, por outro lado, trazer informações renovadas sobre o "mundo da rua". O que interessa aqui, porém, é esse espaço de recepção delimitado em uma instituição carcerária. O autor chega a utilizar o termo "super espectadores" ao tratar dos presos, devido ao grande número de horas, dias, semanas e meses que passam diante de monitores de TV.

É interessante perceber, a partir daí, que uma fórmula tal qual: assistir televisão de forma excessiva - gera necessariamente - clonagem/imitação, aparece equivocada. As condições sócio-culturais e, nesse caso, institucionais interferem significativamente no pólo de recepção das mensagens. Em conversas com esse pesquisador indaguei a respeito da imitação na população carcerária. O que ouvi foi que ídolos televisivos não são normalmente imitados e que, ao contrário, existe mesmo um esforço da massa carcerária para uma singularização pessoal no que se refere inclusive ao visual. Mas essa singularização não se

relaciona de imediato à presença da televisão. Vestindo uniformes idênticos, muitos presos procuram a particularização que aparece, por outro lado, bem distante de uma nítida influência televisiva. O uniforme é rasgado, dobrado ou marcado por tinta, o corpo tatuado, buscando antes uma identificação com "padrões da malandragem" do que com "padrões televisivos".

Se parece mesmo evidente que uma "super exposição" a modelos televisivos pode influenciar uma conduta pautada na imitação, talvez não seja possível afirmar que essa super exposição conduza necessariamente à imitação. Vale reiterar então o quão fundamental é o contexto cultural, os símbolos em jogo nesse cenário, não descartando, é claro, uma predisposição pessoal para a exacerbação de condutas explicitamente miméticas.

É evidente que a (s) indústria (s) cultural (ais), mesmo não tendo como intuito final que todo o seu público alvo se transforme em clone (no sentido de alteração drástica da "forma de se apresentar" dos consumidores de informação) é consciente dessa possibilidade enquanto efeito constituinte da mensagem que gera.

Mesmo que enfatize aqui o processo de recepção, isso não significa que haja o intuito de alienar o processo de relação causal com a mídia, entretanto, identificando essa dimensão, interpretar as ações simbólicas cotidianas e ritualísticas dos clones, os fluxos de comportamento, como propõe Geertz (1989).

Como já foi apontado, a indústria cultural, a partir de seus veículos midiáticos, deixa à disposição do espectador muito da vida pessoal, do cotidiano e das performances dos ídolos, possibilitando aos receptores que os tomem como modelos de imitação. Não quero dizer com isso, no entanto, que essa indústria seja a única portadora dos significados, sendo suas mensagens recebidas igualmente pelos sujeitos espectadores. A meu ver, os receptores são sujeitos

ativos, portanto capazes de interpretar de formas distintas as mensagens emitidas. Assim, percebo que se há algum controle da indústria cultural sobre o efeito da mensagem, este é apenas relativo. Concordo então com Umberto Eco que afirma:

"O receptor encontra-se pois diante da mensagem num ato de interpretação que consiste essencialmente numa decodificação." (1976:94)

Naturalmente a indústria cultural tem influência nesse processo, na medida em que divulga de forma maçosa os seus artistas, transformando-os em mitos e, por que não, sujeitos que podem ser imitados. A publicidade lança mão, por exemplo, de modelos famosos, já idolatrados, de certa maneira, porque sabe que há um padrão de comportamento e beleza comunicado por esses artistas, ou pela mídia através desses artistas.

Existe uma divulgação intensa de artistas/mitos, apontados como pessoas de "sucesso absoluto", felizes, bem sucedidas e, portanto, **modelos**. Mas a própria indústria cultural não acredita que todos os artistas lançados por ela ou postos em evidência a partir dos veículos de comunicação vão ser replicados e, provavelmente, não se propõe a isso. Mas, por outro lado, sabe da existência dessa possibilidade e também contribui para isso, na medida em que os expõe incansavelmente, sugere que seu modo de vestir "está na moda", mostra na imprensa onde encontrar roupas como as usadas por eles e até abre espaço para o aparecimento de clones em jornais, programas de TV e promoções de shows.

Apesar de tudo isso, no meu entender, os sujeitos são interpretativos e não simplesmente receptores passivos, sem nenhuma participação - no sentido de interpretação - na mensagem recebida. Por mais que se afirme que a indústria



cultural padroniza/homogeneiza, estamos diante de uma sociedade complexa e, como tal, heterogênea, que convive com diferentes culturas em seu interior. Encontramos, dentro mesmo da antropologia, diversos trabalhos sobre um sem número de grupos e situações contemporâneas e em todos vemos particularidades culturais. E tais particularidades são extremamente importantes para uma recepção similar ou distinta dos diferentes "bens culturais". Ao discutir sobre os diferentes modos de recepção de uma mensagem, Eco afirma:

"...parcialmente legítimo em fase de descrição estrutural, o conceito de 'massa' torna-se equívoco em fase de pesquisa sobre as modalidades de fruição. Nesse ponto, ao contrário, o único fim da pesquisa deve ser o de estabelecer se e em que medida as fruições se diferenciam, conforme diversos tipos de estratificação psicológica, cultural, social, biológica." (1976: 162)

No meu entender, então, pode haver, de fato, uma relação entre os "mitos construídos" pela mídia e a apropriação mimética desses mesmos "mitos" pelos clones, mas seria simplista e precipitado dizer que estes clones existem e imitam apenas devido a essa influência. A relação de comunicação possui pelo menos três fatores básicos, além do meio e da mensagem, que devem ser levados em conta: a emissão, a recepção e o contexto.

A partir do que foi dito, pode-se pensar os imitadores como um grupo, mesmo que fluido, sujeito coletivo com interpretações parcialmente similares e, ainda, agentes simbólicos cuja ação é marcada por essa afinidade de recepção e pelo preenchimento dos significados sugeridos pela própria situação antropológica, como sugere Eco (1976). Ao tratar a cultura como "teia de significados" e estes como sendo públicos, Geertz, de algum modo, está de

acordo com Eco e, mais importante, os dois autores nos dão pistas para pensar a influência da mídia para os clones. Se os significados são públicos, a indústria cultural não é a única portadora deles, esses significados se completam e são negociados com a interpretação dos receptores (sujeitos individuais e coletivos) que estão envolvidos nas relações de significação.

Segundo Geertz, o próprio pensamento é público, na medida em que

"...é um tráfico de símbolos significantes - objetos em experiência (...) sobre os quais os homens imprimiram significado..." (1989: 227).

Para esse autor, mesmo sendo social, o pensamento não é exclusivamente exterior ao indivíduo, na medida em que quem pensa é o indivíduo e, assim, imprime significados (também públicos, porque reconhecidos socialmente) aos símbolos. Os indivíduos, então, vivem em um contexto específico e historicamente definido e não estão apenas representando papéis, ao contrário, manipulam e articulam símbolos significantes - também sociais. A partir disso, pode-se dizer que em função do contexto em que vivem, os espectadores recebem as mensagens midiáticas de diversas maneiras, interpretando-as, participando da construção dos significados.

Por mais que a indústria de cultura tente impor um gosto padronizado, não o faz com sucesso absoluto. Existem diferenças culturais que levam a uma diferenciação no próprio gosto, como fica visível na discussão de Bourdieu (1979) sobre a distinção de gostos. A partir de uma pesquisa com adolescentes e o que eles chamam de "sua" música, Umberto Eco aponta para uma ambiguidade no que se refere à padronização da indústria de cultura:

"... de um lado está uma contínua modelação do gosto coletivo por parte de uma indústria da canção que cria, através dos seus astros e de suas músicas, os modelos de comportamento que em seguida, de fato, se impõem (...). E no tocante à indústria da canção temos o fato de que ela, do modo aberrante já suficientemente analisado por numerosíssimas pesquisas, institui, todavia, e satisfaz algumas tendências autênticas dos grupos aos quais se dirige." (1976: 309)

Ou seja, essa indústria, de algum modo, está atenta também para um tipo de gosto e de tendência **já presentes** em diferentes grupos.

Hoje em dia pode-se perceber que o receptor é visto, inclusive pelos meios de comunicação, como um sujeito capaz de fazer escolhas. Atualmente a interatividade é uma grande questão na informática e na comunicação e existem alguns programas de televisão que, mesmo não se constituindo de fato numa TV interativa, carregam esse nome e, de algum modo, procuram a participação concreta ou falsa do receptor no conteúdo da mensagem a ser emitida. Como aponta Julio Plaza, com a interatividade, ao modelo usual de comunicação se superpõe um outro modelo, no qual há uma interrelação entre o emissor e o receptor.

"A relação emissor/receptor se relativiza através da interatividade e da possibilidade de o receptor escolher o modo de diálogo. Aqui, o receptor pode interagir com a imagem que visualiza, desarticulando assim a relação clássica unidirecional sujeito-objeto-imagem e os pontos de vista únicos." (Plaza, 1993: 81)

Essa discussão sobre a não passividade do receptor pode parecer otimista, uma vez que vivemos em um mundo onde há, de fato, alguns padrões de comportamento e, muitas vezes, impostos/sugeridos por quem tem nas mãos o poder da comunicação, tanto escrita como imagética. É evidente que não descarto a influência poderosa da chamada indústria de cultura e da mídia nas relações sociais. O que interessa, entretanto, é, de algum modo, interpretar comportamentos cotidianos de grupos e indivíduos que, mesmo vivendo numa sociedade onde a mídia está imbricada e é formadora de opinião, são indivíduos e, como tal, sujeitos que fazem interpretações. São ativos, no sentido de que realizam ações simbólicas (justamente o que dá sentido aos símbolos, na opinião de Geertz<sup>20</sup>) similares, muitas vezes, mas também diferenciadas. Indivíduos que possuem particularidades. Antes de tudo, não está excluída a idéia de escolha. Existem modelos à disposição, mas as opções por imitar ou não, qual o melhor modelo, revelam uma postura ativa. Encarnar um outro é, também, fruto da escolha de sujeitos sociais.

---

<sup>20</sup> Para Geertz (1989), como já foi dito no texto, cultura é vista como "teia de significados", sendo o homem amarrado a essas teias que ele próprio teceu. Esse conceito é assumido pelo autor como sendo apoiado na teoria weberiana, sendo a própria ação simbólica influenciada pela concepção de Weber de ação social, mas Geertz enfatiza a sua dimensão cultural.



*"Falsos" Beatles no vídeo  
"Clones, Bárbaros, Replicantes"*

### 3- IMITAÇÃO E SIMULACRO

### **3.1- A imitação como proposta de compreensão**

Entendo a imitação como um fenômeno universal que transcende épocas e lugares. É possível mesmo afirmar que começamos a vida imitando. O processo de aprendizado de uma criança tem início, basicamente, na cópia. Aprendemos a falar, andar, comer e até vestir imitando. Em seu artigo sobre as técnicas corporais - como categorias aprendidas - Mauss (1974) coloca que os trejeitos sociais, na medida em que são aprendidos, são imitados. Ou seja, me parece que em qualquer sociedade, de alguma maneira, processos imitativos estão presentes. Em "As Leis da Imitação" Gabriel Tarde aponta para essa questão quando afirma que a constituição das sociedades se dá através da imitação. Para o autor,

"O ser social, na medida em que é social, é imitador por essência." (s/d: 51)

Como se percebe, Mauss e Tarde, ainda que discutindo sobre temas distintos, estão de acordo no que se refere à imitação como um fenômeno presente em qualquer sociedade. Tarde talvez seja mais enfático ao tratar dessa questão, uma vez que a coloca como sendo o ponto fundamental para a formação das sociedades, além de afirmar que o social só existe a partir da imitação.

Não é difícil concordar com esses autores, mesmo se não formos observadores demasiadamente atentos. A moda, o aprendizado, entre diversas outras coisas, estão, de algum modo, vinculados diretamente à imitação. Evidentemente existe invenção e criatividade nesse processo, mas em geral há um ponto de influência, que ocorre não só hoje em dia, mas historicamente.

Ainda tratando das técnicas corporais, Mauss enfatiza que os movimentos corporais são técnicos, aprendidos e imitados e que variam em culturas diferentes, exatamente por estarem intrinsecamente vinculados ao processo de aprendizado e, por conseguinte, às tradições de culturas distintas. Mas, por outro lado, o autor também aponta para a padronização, visível por exemplo no andar americano, que vem a partir do cinema. Em suas palavras:

"Uma espécie de revelação me veio do hospital. Eu estava enfermo em Nova Iorque. Perguntava-me onde já vira senhoritas caminharem como minhas enfermeiras. (...) afinal descobri que fora no cinema. Ao voltar à França, observei, sobretudo em Paris, a frequência desse passo; as mocinhas eram francesas e andavam daquela maneira. De fato, as modas do caminhar americano, graças ao cinema, começaram a chegar até nós." (Mauss, 1974: 213)

A partir do que foi dito sobre a reflexão de Mauss, pode-se perceber que esse autor está preocupado em apontar para a diversidade, mas já dá pistas para uma questão de extrema importância - a intensa circulação de "bens culturais" para além das fronteiras de "uma sociedade" ou de uma nação - por demais discutida atualmente. Entretanto, o reconhecimento dessa alta circularidade, que hoje é conceituada como globalização, não retira a importância das particularidades e da necessidade de compreender as distinções de culturas e grupos e, até mesmo, de individualidades que coexistem à mundialização, ou globalização, que se coloca sob nossos olhos. Como afirma Otávio Ianni:

"... é indispensável que toda reflexão sobre sociedade global contemple tanto a diversidade como a globalidade, reconhecendo que ambas se constituem simultaneamente e reciprocamente." (1994: 159)

Há consenso sobre a importância dos meios de comunicação e o cinema para essa globalização. Otavio Ianni aponta também para essa questão em seu texto que trata da globalização como sendo o novo paradigma das Ciências Sociais. Em suas palavras:

"A cultura da globalização passa pela cultura de massa, indústria cultural, mídia impressa e eletrônica, religiões e línguas, além de outros aspectos que transbordam limites convencionais da antropologia e da sociologia." (1994: 155)

Quando as mocinhas passam a andar de forma diferente da que aprenderam (por imitação) com suas mães, para andar como as atrizes do cinema americano, nota-se uma padronização e, por que não, mundialização do andar, divulgada pelo cinema e imitada por nós<sup>1</sup>.

A discussão sobre globalização alcança hoje uma dimensão significativa. Jornalistas, pesquisadores, estudiosos em geral se debruçam ou se referem a esse conceito de forma exaustiva. Não partilhando da concepção de que o abolir de fronteiras leva de maneira mecânica ao fim da diversidade cultural, acredito que, apesar da utilidade da noção de globalização, são extremamente valiosos os estudos que se propõem a investigar as particularidades, ainda que micro.

Ao fazer uma reflexão a respeito de dilemas contemporâneos da etnografia, Marcus (1991) se detém no deslocamento da perspectiva que "obriga" o antropólogo a levar em consideração não só a experiência local, mas também as relações inevitáveis com um ponto de vista global. Questões como a problematização do tempo e do espaço se fazem presentes. Nesse sentido - e

---

<sup>1</sup> Essa questão será melhor tratada no tópico "Imitação e 'Imagens em Movimento'".



reiterando aqui a importância da diversidade cultural para esta pesquisa - é inegável que o mundo atual impõe condições particulares para a apreensão de sujeitos - individuais e grupos. Se temporalmente a dispersão é uma característica destacada, espacialmente é difícil a constituição de um objeto de estudo em um lugar único. O local da investigação é normalmente poroso e, não raro, como na pesquisa aqui desenvolvida, é antes de tudo em sentido plural. Locais, contextos.

"A identidade de alguém, ou de algum grupo, se produz simultaneamente em muitos locais de atividades diferentes, por muitos agentes diferentes que têm em vista muitas finalidades diferentes." (Marcus, 1991: 204)

Este é, sem dúvida, o caso dos clones e do conceito a eles relacionado, a imitação. Noções como o falso e os adjetivos que a elas se associam, aparecem com significados múltiplos, variando contextualmente. Cenários nos quais diferentes sentidos estão em jogo.

Mais recentemente, discutindo sobre o "Falso Absoluto" e sua atuação em cidades-ilusão, falsas, como a Disneylândia, Umberto Eco afirma:

"O prazer da imitação, já o sabiam os antigos, é um dos mais inatos à alma humana..." (1984: 58).

Essa frase talvez seja polêmica e até provocativa, na medida em que vivemos num mundo, no qual a imitação, pelo menos em tese, é vista de maneira pejorativa. Em princípio o que realmente valeria seria a criação, a invenção. Entretanto essa questão é, ao meu ver, contraditória. Não sei ao certo se o prazer da imitação é inato a nós, mas imitamos e isso é fato. Não que todos nós

andamos pela rua como um cantor famoso, ou um artista de cinema, como os imitadores aos quais me refiro nesta dissertação. Mas todos nós somos influenciados sim e não só a moda - talvez o exemplo mais evidente do que venho falando - nos mostra de forma clara essas influências. O modo de comer à mesa, a maneira como se anda nas ruas, os relacionamentos familiares e até amorosos, ao apontarem para uma tradição ou códigos culturais, expressam também comportamentos que foram aprendidos através da imitação, também cultural.

Se uma das preocupações das Ciências Sociais é a codificação ou interpretação de regularidades, a repetição de condutas - substrato da imitação - se transforma, por excelência, em material quase obrigatório de entendimento<sup>2</sup>.

Mesmo não afirmando que temos prazer em imitar, Mauss aponta para uma questão análoga à de Eco, quando afirma que o indivíduo imita sistematicamente, não só no aprendizado, pois a cópia, segundo o autor, está vinculada ao prestígio.

"O que se passa é uma imitação prestigiosa. A criança, como o adulto, imita atos que obtiveram êxito e que ela viu serem bem sucedidos em pessoas em quem confia e que têm autoridade sobre ela." (Mauss, 1974: 215)

Apesar de Tarde e Mauss concordarem num aspecto, o que diz respeito ao caráter histórico e universal da imitação, discordam em outro ponto. Para Tarde, como já foi dito, o ato de imitar é, ele próprio, social. Mauss, diferentemente, aponta para a imitação como um ato biológico e psicológico. O elemento social, segundo ele, está no prestígio que precede qualquer imitação, mas afirma que essas questões não devem ser entendidas separadamente. Em suas palavras:

---

<sup>2</sup> Parece-me importante deixar claro que, no meu entender, a repetição de condutas é uma das preocupações das ciências sociais, mas insisto em dizer que não se pode deixar de lado a diversidade.

"É precisamente nesta noção de prestígio da pessoa que torna o ato ordenado, autorizado e provado, em relação ao indivíduo imitador, que se encontra todo o elemento social. No ato imitador que segue, encontram-se todo o elemento psicológico e o elemento biológico. Mas o todo, o conjunto, é condicionado pelos três elementos indissolivelmente misturados." (1974: 215)

A imitação, assim, pode ser vista como uma ação simbólica com sentido e, além disso, nesse caso, impõe a noção de diferença. Só se pode imitar a um outro - alter - o que está distinto ao eu - ego. Taussig (1993) afirma que a *mimesis* tem a alteridade como oposição complementar. Para tanto, parte da análise de Benjamin sobre essa questão, que aponta para o primitivismo e a alteridade como sendo os maiores componentes da faculdade mimética. Do seu ponto de vista, o mimetismo só se dá através do outro, da compulsão pelo outro.

Para Tarde, a imitação como constituinte das sociedades estaria relacionada também ao contato entre sociedades diferenciadas. Segundo o autor a conduta social se realizaria através da imitação e, dessa forma, as sociedades acabariam por funcionar de maneira mais ou menos homogênea. Mais, em Tarde a imitação aparece como sendo, ela própria, um laço social. As relações sociais, que são diversas, dizem respeito a dois grupos:

"...uns tendem a transmitir de um homem a outro, por persuasão ou autoridade, por controle ou à força, uma crença; os outros, um desejo (...) uns são variedades ou veleidades de um ensinamento, outros são variedades ou veleidades de comando" (s/d: 08).

Assim, na visão de Tarde os atos humanos imitados são dogmáticos e é exatamente por isso que a imitação se apresenta como um laço social, pois o que liga os homens são os dogmas. Antes que opções sociais ou pessoais, a prática imitativa é obrigatória.

Ao discutir a constituição da sociedade, porém, Tarde também leva em conta que o prestígio é a base da origem da sociedade, e aqui ele parece concordar inteiramente com Mauss.

"Um homem prestigiado dá um impulso e em breve é seguido por milhares de pessoas que o copiam em tudo para retirarem dele o prestígio." (Tarde, s/d: 110)

Para que a imitação se processe, portanto, o modelo a imitar precisa ser sempre respeitado pelo imitador e, ainda, a tendência é, em um exercício de inversão lógica, imitar todos aqueles que respeitamos.

Esta questão do prestígio é, a meu ver, essencial para o entendimento da imitação e está intrinsecamente vinculada à idéia de superioridade. Imitamos alguém prestigiado, como apontam Mauss e Tarde, e esse prestígio está ligado ao fato desse alguém mostrar-se "superior" em algum aspecto, o que pode variar histórica e espacialmente, como afirma o próprio Tarde, ao apontar as qualidades que colocam uma pessoa ou um grupo de pessoas expostos à inveja e à imitação<sup>3</sup>.

"Nos tempos primitivos, é o vigor junto à destreza física, a bravura física; mais tarde, a habilidade para a guerra, a eloquência para a assembléia; mais tarde ainda, a

---

<sup>3</sup> Embora não seja o objetivo desta dissertação, uma interpretação mais sociológica (*latu sensu*) poderia levar em conta uma análise da experiência social das pessoas que se tornam cover. Por exemplo, a dimensão de ascensão social.

imaginação artística, o engenho industrial, o gênio científico. Em suma, a superioridade que se procura imitar é a que se compreende..." (s/d: 267)

Afirma-se assim a positividade na imitação. O ser imitado é visto positivamente. E por superioridade, creio, está se compreendendo o que, de alguma maneira, é algo "invejável" e, portanto, imitável. Hoje em dia essa superioridade está, como já foi sugerido em outro capítulo, muito ligada ao que a mídia, os meios de comunicação lançam como sendo algo tão espetacular que, por isso mesmo, aparece como superior. O cinema talvez tenha sido o primeiro grande divulgador e valorador dessa superioridade nos tempos modernos. Quando as enfermeiras americanas e as mocinhas francesas mimetizam o andar das atrizes de Hollywood, não estão em jogo apenas avaliações estéticas, como beleza, mas também o prestígio. Prestígio esse que as atrizes não conquistaram apenas por sua atuação nas fitas, mas por tudo o que se fala delas na imprensa - provavelmente revistas de moda - daquela época.

Atualmente a mídia se expandiu sobremaneira e os ídolos, "seres superiores" aumentaram e aumentam na mesma proporção. E os meios de comunicação conferem mais e mais prestígio àqueles já mitificados. Além disso expõem essas pessoas e suas vidas de tal maneira, que se torna muito mais fácil a imitação. "Sabemos tudo" sobre os artistas presentes na mídia, seus gostos, seu estilo de vida, seu modo de vestir etc., proliferam artistas, proliferam informações. Ao lado disso, o prestígio se torna cada vez mais aparente e reiterado, até porque, "para ser notícia", é preciso aparecer como "superior", prestigiado.

Tarde se aprofunda na discussão sobre a cópia do superior pelo inferior, afirmando que é através dessa imitação que as distâncias sociais diminuem, as sociedades se tornam mais semelhantes, mais iguais. Em suas palavras:

"Chega sempre um momento em que, à força de copiar em tudo o superior (...) o inferior sugere ao primeiro de que eles pertencem de direito, um e outro, à mesma sociedade." (Tarde, s/d: 389)

Foi através da imitação, segundo Tarde, que os escravos, as mulheres e os homens se tornaram menos diferentes. As mulheres passaram a exercer algumas atividades antes só de homens e os escravos se tornaram homens livres. Hoje em dia até no modo de se vestir homens e mulheres se assemelham. Mas, diante das afirmações de Tarde, é preciso perguntar se não existiria uma possibilidade de vitalidade criativa no imitador.

Além disso, Tarde aponta para uma mutualização da cópia, em princípio unilateral. Tal reciprocidade acontece exatamente quando as diferenças entre "superiores" e "inferiores" diminuem e a sociedade passa a se imitar simultaneamente. No meu entender, Tarde parece ter razão quando discute sobre essa aproximação que ocorre a partir da imitação. Entretanto, as diferenças continuam existindo na sociedade contemporânea e modelos vistos como superiores, prestigiados, seguem sendo imitados e de uma maneira bastante exacerbada, como é o caso dos clones que investigo, que copiam não só o estilo de determinado artista pop, mas tentam, em alguns casos, tornarem-se verdadeiras réplicas, podendo até ser confundidos. Clones que copiam e multiplicam, revitalizando ou não, um modelo.

Pensando a imitação genericamente, como uma questão teórica, me parece interessante apontar, mesmo que de forma breve, o debate entre Gabriel Tarde e Durkheim no que se refere à constituição da sociedade. Durkheim se preocupava enfaticamente com o fato social, sendo este para ele o "objeto da sociologia" por excelência. Pode-se dizer que uma questão fundamental para esse autor diz respeito a como os homens conseguem conviver em sociedade - "espaço" este já dado em sua teoria. Ou seja, sua preocupação central não está voltada para a formação da sociedade, já que esta é vista, em suas investigações, como um dado.

Gabriel Tarde, conforme já foi apontado, tem como ponto básico a constituição da sociedade, que para ele se dá a partir da imitação, relacionada ao contato entre sociedades diferenciadas. O autor fala ainda que a conduta social também se realiza a partir da imitação e, sendo assim, as sociedades acabam por funcionar de maneira mais ou menos homogênea. Durkheim discute com essa teoria, pois para ele as pessoas não vivem em sociedade porque imitam. Em outras palavras, para Durkheim não é um processo de imitação permanente que constitui a sociedade e, mais importante, a convivência em sociedade se dá a partir das "coisas sociais". Durkheim parece sempre querer se afastar de fenômenos motivados individualmente, distanciar-se de uma explicação psicológica e, para ele, talvez a própria idéia de imitação remetaria ao indivíduo como instância última de apreensão dos fenômenos.

Para os durkheimianos, Tarde elaborou uma sociologia de caráter individualista, por isso foi extremamente criticado, na medida em que a escola durkheimiana preocupada em estabelecer os estatutos de uma nova ciência - a sociologia - acusava-o de "não explicar o social pelo social".

"... acusava-o, entre outras coisas, de dissolver a sociologia, como disse Mauss, num 'simplismo individualista'..." (Viana Vargas, 1992: 153).

Mas existia um debate entre Tarde e Durkheim, como foi dito, e o primeiro também criticou o segundo de maneira não menos radical. Para Tarde, Durkheim tomava como dado algo que necessitava de explicação: a "similitude de milhões de homens" e o fazia justamente por insistir em privilegiar as representações coletivas - impessoais e totalizantes - como seu objeto. As similitudes e semelhanças não estão dadas para Tarde, antes, precisam ser explicadas, elas são o problema.

"Antes, portanto, de tomá-las como um 'objeto natural', é fundamental saber como elas foram produzidas. E é buscando responder a esta questão que Tarde se interessa pelo mundo dos detalhes e procura dar conta dos grandes conjuntos pela adscrição aos relacionamentos infinitesimais." (Viana Vargas, 1992: 154)

E é a partir daí que se delineia a microsociologia de Tarde, também alvo de crítica de Durkheim, preocupado em analisar a sociedade em um nível mais macro, se não retirando as condutas individuais da reflexão, pelo menos reduzindo-as em detrimento dos fatos sociais como um domínio irreduzível, além de exterior e coercitivo em relação aos indivíduos. Para Tarde, ao contrário de Durkheim, a sociedade não estaria dada, nem organizada.

"Para Tarde tudo que é social e não vital ou físico, tem a imitação por causa." (Viana Vargas, 1992: 181)



Segundo Viana Vargas, a crítica que se faz a Tarde por seu individualismo não procede, na medida em que para o autor não é o indivíduo, como última instância, o que conta. O social não está explicado pelo individual.

"Para ele (Tarde), o que efetivamente conta são os microrrelacionamentos, as múltiplas relações difusas e infinitesimais que se produzem entre os ou nos indivíduos." (1992:159)

A teoria de Tarde revela a sua vitalidade para a compreensão de fenômenos atuais. Hoje o tema da diversidade, da individualidade, do social como algo que se constrói, torna-se cada vez mais recorrente nas ciências sociais.

Diversos culturalistas americanos seguiram os pressupostos de Tarde, concordando com "As leis da Imitação" que, como já foi dito, procura explicar, ou fundamentar a conduta social. Para Tarde qualquer semelhança de origem social está direta ou indiretamente ligada à imitação, que aparece sob várias formas: imitação-costume, imitação-moda, imitação-obediência, imitação-educação, entre outras, assim, a sociedade é vista por ele como sendo, ela própria, imitação.

Os sujeitos estudados aqui - clones - não estão muito distantes de todas essas questões. Imitam na grande maioria das vezes, modelos que já possuem não só sucesso, mas prestígio garantido pela mídia. Tais sujeitos, então, de certa forma, buscam imbuir-se de prestígio a partir do sucesso do outro - seu modelo.

Obviamente a sociedade contemporânea não se constitui a partir de clones perfeitos. Eles aparecem exatamente em função de questões sociais/culturais. Assim sendo, Tarde é uma inspiração teórica, mas não pretendo lançar uma luz sobre a constituição das sociedades contemporâneas a partir da imitação. O

caminho é o inverso - compreender alguns aspectos da imitação contemporânea tendo em vista os dispositivos culturais atuais.

### **3.2- Imitação e "Imagem em Movimento"**

Se voltarmos os olhos para os anos 40, 50 por exemplo, podemos perceber que a imitação (essa exacerbada, a que me refiro nesta pesquisa) estaria ligada mais diretamente à indústria do cinema. Quando a produção cinematográfica de Hollywood chega de maneira decisiva ao cotidiano brasileiro, já temos notícias de pessoas cujo prazer maior era se assemelhar às estrelas de cinema. Ser parecido com Greta Garbo, Marilyn Monroe ou James Dean era a certeza de se receber elogios. Por outro lado, mesmo involuntariamente, mulheres com seios grandes, por exemplo, eram identificadas com atrizes como Gina Lollobrigida, Sophia Loren, Veronica Lake, Jayne Mansfield, entre outras.

Os atores de Hollywood eram vistos como tendo um charme inerente, simplesmente por serem astros, por pertencerem a Hollywood, ela própria a grande possuidora desse *it*, justamente porque o cinema esteve sempre envolvido com outros *midia* que contribuíram para a exacerbção desse *glamour*, através das notícias, matérias jornalísticas, publicidade etc, envolvendo atores e personagens do cinema.

Assim, não era necessário ser parecido ou mimetizar apenas um astro; a mistura das melhores características físicas de mais de um ator já significava beleza ou charme, como mostra um trecho de "Os Anos 40":

"Ela era a mulher mais bonita da cidade (...) meio Kay Francis, meio Ava Gardner, uma certa vulgaridade necessária e na medida exata. Ele era amigo do meu pai. Tinha uma aura. Meio Charles Boyer, meio Melvin Douglas." (Jardim, 1987: 32)

Não existe uma coincidência de causalidade entre a imitação nas relações sociais e o auge de Hollywood. Processos imitativos em uma sociedade, como vem sendo afirmado, parecem ocorrer de forma significativa e recorrente. O que pode ser apreendido a partir daí é tanto uma disposição das pessoas para copiar, quanto uma percepção mais nítida de quem seriam os modelos.

Mas, ao colocar imagens em grande circulação, pode-se dizer com tranquilidade que o cinema anuncia a marca da imitação que venho focalizando, ou seja, os dispositivos culturais da imitação na sociedade contemporânea, a forma como se dá atualmente e, mais especificamente, sua manifestação em grupos e indivíduos que partem de um modelo famoso pretendendo replicá-lo em seus gestos, vestuário, forma de cantar, dançar, se comportar no palco etc. Sendo o primeiro meio a conter imagens em movimento, é a partir do cinema que a imitação exacerbada a modelos distantes, torna-se possível.

Com o cinema a imagem dos "artistas" se torna acessível ao público. As salas estão lotadas por uma platéia fiel que passa a se identificar com atores e atrizes. Desde esse momento a imagem dos astros se mostra mais enfaticamente para o público, já que antes do cinema o rádio pode ser apontado como um importante meio de comunicação<sup>4</sup> e este não divulga imagem...

Sabe-se que na época áurea de Hollywood seus atores foram por demais imitados e a mídia (revistas e jornais especialmente) de certo modo contribuiu

---

<sup>4</sup> Não existiu uma concorrência entre rádio e cinema enquanto meios de transmissão de informação. O próprio cinema não é visto normalmente como meio de comunicação.

para isso, ao encher seus periódicos com fotos das estrelas e entrevistas, nas quais suas vidas cotidianas eram desnudadas. Observa-se uma interação entre vários meios, essencialmente aqueles que portavam imagens. O público, então, ao tentar se parecer com o astro preferido<sup>5</sup>, tinha em mãos não só sua imagem divulgada pelo cinema, mas também seus gostos e sua maneira de viver mostrados em revistas e jornais.

Para Cristina Meneguello, o cinema hollywoodiano se colocou de tal forma no Brasil nessa época que se tornou intrincado ao cotidiano, à maneira de se viver do seu público. Em suas palavras:

"Nas décadas de 40 e 50 parecer-se ou conhecer alguém que se parecesse com um artista hollywoodiano era mais do que um modo de descrição ou um mecanismo de cópia. Tratava-se da própria constituição dos corpos referenciada na cinematografia americana, universo de vida cotidiano para as populações urbanas, proposta de modos de vida e de relacionamento." (1992: 06)

Parte dos espectadores, de algum modo, desejavam viver "como viviam" as personagens das histórias do cinema e, em seguida, as estrelas que as encarnavam, tendo à mão o apoio da mídia, sempre com as últimas novidades do mundo de Hollywood, seja em jornais, revistas (especializadas ou não), seja em propagandas.

"Por se tratar de uma produção de mass-media, o material de época que veicula os signos cinematográficos funciona como num ciclo, composto pelo filme, pelo cartaz de cinema que o anuncia (...) pelas revistas especializadas ou

---

<sup>5</sup> Não existia ainda um mercado consolidado, como há hoje, para imitadores. A cópia aparece então associada à admiração pelos astros em evidência.

de variedades que potencializam o fenômeno (...) pelos albuns e coleções de fotos, pelas propagandas que se utilizam da imagem das estrelas de cinema..." (Meneguello, 1992: 11)

Ou seja, o cinema apresentava as personagens, o restante dos meios de comunicação apresentava os artistas e, mais importante, por mais que estivesse presente a "aura" de Hollywood, havia a sugestão de que eles eram pessoas de "carne e osso", como qualquer um de nós, portanto passíveis de serem copiados e "com sucesso".

Segundo Morin (1980), as estrelas de cinema eram a um só tempo deusas e mercadorias, já que estavam mitificadas a ponto de se tornarem um ideal de vida e de beleza e um objeto de consumo. A estrela é "devorada" pelas pessoas, uma vez que é utilizada pela mídia como um padrão de identificação para o público, incentivado "*...a estabelecer pequenos mimetismos em roupas, cabelos, gestos.*" (citado em Meneguello, 1992: 130) Ou seja, além de idolatradas, as atrizes se tornavam, de algum modo, acessíveis aos seus espectadores devido exatamente à mídia. E esse acesso contribuía não só para pequenos mimetismos como coloca Morin, mas também para a cópia, a réplica dessas estrelas, como afirma Hauser:

"A rapariga de hoje não só se veste ou se arranja, mas fala e sorri também, exatamente como a estrela de cinema que admira e inveja." (1972: 405)

Com o passar dos anos a Indústria Cultural incrementa-se, proliferam-se os *mídia* e nessa expansão o Brasil não é exceção. Chega um momento em que a televisão e a maior variedade de revistas e jornais, se instala rápida e

progressivamente. A TV é um aparelho presente em quase todas as casas, as revistas - cada vez mais específicas - estão em todas as bancas e o vídeo-cassete vem se tornando cada vez mais popular. Os astros da música hoje, não são veiculados apenas pelos discos ou shows ao vivo, mas também em *video-clips* e espetáculos televisivos. A música, agora, parece ser tão imagética quanto o cinema.

A partir da década de 80, quando esses meios de comunicação estão em seu apogeu, a imitação aos astros da música pop se torna mais visível e é comum encontrarmos "Madonnas", "Michael Jacksons", "Raul Seixas" em qualquer cidade do Brasil, seja andando na rua cotidianamente, seja se apresentando em shows, programas de TV, boates etc. É a era do *fake*, do simulacro, do clone, do cover... A própria mídia internaliza o imitador. As gravadoras se interessam por essa nova "profissão" e, se a banda "autêntica" não pode vir ao Brasil para lançar um disco, por exemplo, imediatamente se resolve esse problema com um clone fazendo o papel do autor do disco<sup>6</sup>. Se o modelo está morto, também não há problema. O livro "O Baú do Raul", organizado pela esposa do roqueiro (Raul Seixas) - após sua morte - foi autografado por Roberto Seixas, seu clone mais famoso...

A partir da veiculação imagética dos ídolos pelos canais de comunicação e entretenimento - revista, vídeo, cinema, TV, jornais etc - a exposição pública se torna exacerbada e acelerada. Ou seja, há uma mudança no ritmo a partir da maior divulgação de ídolos. Essa super-exposição se alia a novas disposições culturais sobre o ato de imitar, que compreendem além da admiração pelo ídolo as possibilidades de: 1 - atuação profissional como clone; 2 - prestígio do próprio clone em aparições públicas. Apresenta-se um falso paradoxo contemporâneo: a

---

<sup>6</sup> Em São Paulo, 1989, o lançamento do disco dos Guns n' Roses contou com um show de uma banda cover, com direito a megaprodução.

### 3.3- Simulacro, kitsch, trompe l'oeil, mimesis - a imitação hoje

Recentemente a imitação - em especial a idéia de simulacro, que de algum modo se refere a esse fenômeno - vem sendo discutida por diversos autores<sup>7</sup>, sendo que Baudrillard aparece como uma referência para o debate, na medida em que se tornou conhecido por essa discussão<sup>8</sup>. É recorrente a associação simulacro-Baudrillard. De fato o autor retoma a noção de simulacro utilizada por Platão<sup>9</sup>. Assim, apesar de todas as críticas feitas a Baudrillard, me parece fundamental recorrer à sua discussão, por dois motivos: em **primeiro lugar** por ter retomado o conceito de simulacro utilizando-o para a compreensão das sociedades contemporâneas. Em **segundo lugar** pela associação entre esse conceito e a discussão sobre cultura de massa, mídia e seu papel nas sociedades atuais.

Uma vez que este trabalho se refere exatamente à imitação na sociedade contemporânea, noções como simulacro<sup>10</sup>, simulação, hiper-realidade e a relação destas com a mídia são absolutamente essenciais para a reflexão, inclusive por se tratarem de noções que, de algum modo, contribuem para revelar os limites do conceito de imitação.

A partir de uma leitura minuciosa das obras de Baudrillard, Higinia Bruzzi de Melo coloca:

---

<sup>7</sup> Exemplos desses autores são: Jameson (1985,1993), Olalquiaga (1988), Melo (1988), Brissac Peixoto (1988), Ferreira dos Santos (1988), Teixeira Coelho (1988), entre outros.

<sup>8</sup> Deleuze, entre outros, também retoma a idéia de simulacro de Platão.

<sup>9</sup> Para Platão "... o simulacro era a representação que se distinguiu da cópia fiel, ao integrar, por um efeito de perspectiva, a distorção do olhar, oferecendo ao observador a ilusão perfeita do objeto real." (Melo, 1988: 31)

<sup>10</sup> É preciso deixar claro que ao trabalhar com uma noção que vem da filosofia - simulacro - não pretendo aqui um aprofundamento de sua discussão conceitual. Ou seja, a intenção é utilizar conceitos herdados da filosofia, mas como instrumento de compreensão de uma realidade específica, um objeto, por excelência, antropológico.

A partir de uma leitura minuciosa das obras de Baudrillard, Higinia Bruzzi de Melo coloca:

"Simular para Baudrillard é fingir uma presença ausente."  
(1988: 31)

Os clones, de algum modo, **simulam**. Ou seja, no sentido de Baudrillard, "fingem uma presença ausente", na medida em que "encarnam" um outro, "tomam o seu lugar" - o de um astro famoso. Formulação, entretanto, que passa por um acordo tácito com o público. A *performance* do clone então é baseada ou idêntica<sup>11</sup> à performance do astro imitado - o modelo - se configurando numa simulação. Baudrillard afirma ainda:

"O espaço da simulação é o da confusão do real e do modelo." (1985: 68)

O fingir no caso dos clones, no entanto, não se confunde com o enganar. O público, em geral, sabe que não está diante do ausente - o modelo - mas de uma "reencarnação" possível do ídolo. Entretanto, mesmo existindo nuances e sutilezas na imitação, a idéia de simulação aqui me parece básica. Racionalmente não existe essa confusão nem por parte do imitador, nem por parte do público que o assiste. Mas, se pensarmos no momento do ritual, essa confusão pode acontecer, pelo menos num plano emocional. Concordando com Geertz (1989), que afirma que no ritual o mundo vivido e o mundo imaginado se confundem, é viável pensar na frase de Baudrillard para o caso dos clones. Quando o imitador se encontra no palco, "encarnando" determinado modelo e com um público

---

<sup>11</sup> A possibilidade do idêntico é, em geral, teórica, já que na prática isso é quase impossível.



absolutamente voltado para a sua performance, pode, de fato, existir um envolvimento bilateral com a simulação, assim, não é difícil pensar numa "confusão" entre o "autêntico" e a "cópia". Esse envolvimento pode também acontecer com o público, que em meio a luzes e gestos idênticos, talvez "não se lembre" - ou não faça esforço para se lembrar - que está diante de uma réplica.

Ao discutir sobre simulacro e simulação, Baudrillard sempre se utiliza da idéia de hiper-real. Para o autor a definição mais perfeita de simulacro se associa a essa noção.

"(O simulacro é) a reedição do primeiro, mas mais verdadeiro." (1986: 37)

Essa definição então está intrinsecamente vinculada à idéia de hiper-realidade que, em uma **acentuação** das propriedades do real, sugere a idéia do ainda mais real, na medida em que apresenta uma aparência desejável. Segundo Baudrillard, na simulação

"... o real é hiper-realizado; nem realizado, nem idealizado: hiper-realizado. O hiper-real é a abolição do real (...) pela afirmação, elevação à potência do modelo (...) o modelo opera como esfera de absorção do real." (1985: 68,69)

Na sociedade contemporânea, talvez a publicidade se configure no maior exemplo de hiper-realidade. Uma gema de ovo - a ser "estrelado" - por exemplo, é normalmente representada por uma metade de pêssego em calda, muito mais bela e muito mais desejável que o ovo propriamente dito. Mais real que ele. Um simulacro de ovo que passa pelo ovo, não existindo aqui a diferença entre o real e a aparência, a não ser pelo exagero de realidade da última.

"... o simulacro, tal qual a fotografia a cores, embeleza, intensifica o real. Ele fabrica um **hiper-real, espetacular**, um real mais real e mais interessante que a própria realidade." (Ferreira dos Santos, 1986: 12)

Um travesti que imita uma cantora famosa pode também ser um exemplo do que Baudrillard chama de hiper-real. Talvez o **exagero do parecer mulher** do travesti seja uma expressão nítida da hiper-realidade. É preciso parecer **mais mulher** que a mulher. Provavelmente venha daí o exagero da maquiagem, do modo de falar, dos movimentos com as mãos e com o resto do corpo, a voz em falsete, o mais fina possível, a roupa excessivamente feminina. Por outro lado, por mais que tente "tornar-se" mais mulher que a mulher o travesti não quer, em última instância, ser confundido<sup>12</sup>, pretende ser visto de fato como travesti, uma **simulação** de mulher. Seja em shows de imitação, seja fazendo ponto nas ruas ou em boates, o travesti marca sua condição de **homem-mulher**, ou de "mulher" **construída, simulacro** de mulher.

O clone (aquele que não é travesti) também pode se aproximar da hiper-realidade, pelo mesmo princípio do exagero. Normalmente é necessário ser mais Madonna que a própria. Assim, há toda uma construção do parecer-outro, que vai desde o visual, até os gestos, trejeitos, modo de falar, cantar, se comportar etc. Há, não raro, um excesso na construção do outro, que pode levar à exacerbação do real. Um bom exemplo disso é o clone Spacca - do cantor Cazuza - que exagera tanto nos trejeitos e na voz característicos do modelo, acabando por, algumas vezes, "se parecer mais com o Cazuza do que o próprio".

---

<sup>12</sup> Sobre isso ver Silva (1993), que aponta para o medo dos travestis de serem confundidos com mulher no momento do programa. É preciso deixar bem claro para o cliente que ele está diante de um travesti, um simulacro de mulher.

Ainda pensando a sociedade contemporânea e sua relação com o simulacro, Baudrillard se utiliza de duas noções que devem ser tratadas aqui: o *trompe l'oeil* e o *kitsch*. Em primeiro lugar faço uma discussão sobre o *kitsch*, definido pelo autor, em oposição ao hiper-real,

"...como pseudo-objeto, cópia (...) estereótipo. O *kitsch* opõe à estética da beleza e da originalidade a sua estética da simulação..." (s/d: 115,116)

O *kitsch* já se oferece como falso, não é mais real que o real. O que mostra é a estética da cópia, da simulação, da reprodutibilidade. Em "Apocalípticos e Integrados", Umberto Eco reserva um capítulo ao *kitsch*, denominando-o "a estrutura do mau gosto", na medida em que ele é o falso, a simulação, a cópia fora do contexto. Segundo Eco o *kitsch* aparece "...como uma espécie de mentira artística..." (1976: 73)

O texto de Umberto Eco trata, pode-se dizer, da sociedade contemporânea a partir da cultura de massa. Assim, suas definições de *kitsch* sempre vão estar relacionadas à indústria de consumo. O *kitsch*, aliás, é visto como sendo ele próprio cultura de massa e de acordo com Eco "...imita o efeito da imitação..." (1976:77)

Pensando a reflexão de Baudrillard e Eco sobre o *kitsch* e sua relação com a discussão feita aqui a respeito da cópia, é possível apontar algumas analogias e, inclusive, sugerir que o clone, de algum modo, pode ser representado como *kitsch*. O clone já se oferece como falso - mesmo que, não raro, procure uma simulação próxima do autêntico - não se oferece como o original, mas como seu *cover*, seu simulacro. Por outro lado, se pensarmos que hoje em dia os *popstars* colocados em evidência pela indústria de cultura também já não são tão

originais<sup>13</sup>, o clone se aproxima ainda do *kitsch* definido por Eco, como aquilo que "imita o efeito da imitação". Eco aponta ainda para esta noção como a cópia fora de contexto e cita as reproduções de obras de arte, como sendo um exemplo disso, oferecido às massas pela indústria de consumo. Não é difícil ver que um "Michael Jackson brasileiro", por exemplo, que se apresenta em boates "apertadas", ou que anda de ônibus como qualquer um de nós estaria descontextualizado. O contexto original é necessariamente deslocado pelos clones.

Por outro lado, o *kitsch* é tratado em oposição à beleza, ao bom gosto, Não só Eco e Baudrillard, mas também Abraham Moles (1972) relacionam-o ao mau gosto, exatamente por estar vinculado à negação do autêntico. Por um lado, no que se refere aos clones, é difícil entendê-los se os associarmos ao mau gosto. Por outro lado, parece-me importante relativizar a idéia de um padrão estético com valor absoluto de gosto. Naturalmente entendendo essa definição do *kitsch* como estando intrinsecamente vinculada à idéia do não original, o mau gosto estando diretamente vinculado à cópia, ao falso. Mesmo assim, é necessária uma relativização, pois caberia perguntar onde encontrar o "autêntico puro".

Tentando ir além da simplificação: gosto-só-como-atributo-cultural, Bourdieu (1979) aponta para uma negociação no sentido do gosto entre alguns atores sociais, quais sejam: burguesia, artistas/intelectuais e massa. O autor discute sobre uma característica do gosto que, no meu entender, reitera sua excelência como social. Ou seja, o gosto de uma classe ou de um ator social se afirma pela diferença/distinção e/ou pela identificação com o outro. A exacerbação do confronto de gostos diferentes resulta, como afirma o autor, na recusa do outro e, em alguns casos, na intolerância.

---

<sup>13</sup> Pensando apenas em dois exemplos que corroboram o que foi dito sobre a não autenticidade dos "astros" de hoje em dia, cito Madonna e Michael Jackson: a primeira reconhecidamente vista como uma cópia de Marilyn Monroe e Michael Jackson como uma simulação de Diana Ross.

"Os gostos (isto é, as preferências expressas) são a afirmação prática de uma diferença inevitável. Não é por acaso que, quando têm que se justificar, os gostos se afirmem de maneira negativa, pela oposição negativa aos outros gostos: em se tratando de gosto, mais que em outras coisas, toda determinação é negação; e os gostos são, certamente, desgostos, fatos de horror ou da intolerância visceral (é nauseante) aos outros gostos, os gostos dos outros."<sup>14</sup> (Bourdieu, 1979: 59, 60)

Nesse cenário importa, para esta pesquisa, mais esses confrontos de gostos do que necessariamente a afirmação do mau gosto. Pelo menos a princípio não interessa aqui identificar o clone - enquanto negação do autêntico - à perspectiva do mau gosto. Antes de tudo parece interessante perceber, por exemplo, a simulação situada em um contexto de confrontos inter-gostos. Exemplificando: se atualmente mesmo os modelos de imitação (astros da música pop) são questionados por segmentos sociais tais quais a burguesia e os artistas/intelectuais, não raro se observa também certa valorização ocasional desses modelos<sup>15</sup>. Por outro lado, a própria definição de astros **pop** afirma uma identificação de gostos com a **massa**<sup>16</sup>. O clone, normalmente oriundo desse último segmento social, situa-se então em um delicado terreno de confronto de gostos. É quase natural (no sentido de Bourdieu nessa discussão<sup>17</sup>) que a massa se identifique não só com os modelos, mas também com suas réplicas. O confronto se verifica na visão de outros segmentos sociais que, não partilhando desse gosto, podem afirmar o que Bourdieu chama de intolerância estética.

---

<sup>14</sup> Tradução minha.

<sup>15</sup> Esse fato é observável, por exemplo, entre a "polêmica" filósofa Camille Paglia e a popstar Madonna.

<sup>16</sup> O conceito de massa é polêmico, ou mesmo polissêmico, no sentido de que prevê várias interpretações. Está sendo usado aqui, a partir da noção de Bourdieu nessa discussão.

<sup>17</sup> "Gostos e cores não se discute: não porque os gostos sejam naturais, mas porque cada gosto se encontra fundado na natureza..." (Bourdieu, 1979: 60)

Retomando a discussão a partir de noções utilizadas por Baudrillard, sobre o *trompe l'oeil*, o autor coloca:

"... trata-se de produzir um simulacro em plena consciência do jogo e do artifício (...) imitando e ultrapassando o efeito do real, instaurar uma dúvida radical sobre o princípio da realidade." (1991: 73)

Estão cientes de sua cópia não só os clones, mas o seu público, entretanto os primeiros podem ultrapassar o efeito do real num ritual em que "pode ser esquecido" que quem lá está não é o astro famoso, mas seu cover<sup>18</sup>.

Alguns clones podem também se aproximar do *trompe l'oeil* no que diz respeito à paródia. Especialmente em shows de transformismo é comum vermos uma imitação caricatural - ilusão consciente -, que muitas vezes está recriando o modelo, numa cópia que mais tem a ver com a paródia, com a reconstrução debochada do astro imitado. Em uma boate de Campinas onde há esse tipo de show, tive oportunidade de assistir a um espetáculo que pode exemplificar o que está sendo dito. A apresentadora (um transformista) aparece no palco antes dos shows de dublagem para apresentar os transformistas da noite e fazer graça para o público. Nesse dia ela estava de Xuxa, mas uma Xuxa debochada, pornográfica, indecente mesmo, onde o "**baixinho**" (modo carinhoso de Xuxa se referir às crianças) é o pênis, na linguagem debochada e crua das *monas* - homens-mulheres, ou antes mulheres-homens, cantoras famosas.

---

<sup>18</sup> Brissac Peixoto aponta para o *trompe l'oeil* como uma possibilidade de "... representação que ao mesmo tempo se denuncia como ilusão..." (1993: 247)

A partir do que foi dito pode-se pensar que o clone, de algum modo, trafega em uma simulação-síntese que compreende o simulacro, o *kitsch*, o hiper-real e o *trompe l'oeil*, mesmo que não em todos os aspectos dessas noções.

Também tratando da sociedade contemporânea, alguns autores estariam apontando para o fim da criatividade no mundo atual<sup>19</sup>. Para eles existe o diagnóstico de que nada há para ser criado, assim, a novidade, a criação estão sempre presas a modelos antigos, utilizando tais modelos seja a partir da influência, inspiração, seja a partir da cópia.

O clone talvez represente a exacerbação desse fenômeno contemporâneo, na medida em que se baseia em um outro modelo cotidianamente ou em rituais e, mais importante, na maioria dos casos, sua imitação é explícita e consciente. Existem aqueles que não se assumem como réplicas, existem aqueles que recriam a partir de um modelo, mas em geral, assumem, senão a imitação propriamente dita, uma inspiração em determinado astro da música popular.

Em "A Transparência do Mal: ensaios sobre os fenômenos extremos", Baudrillard avança sua discussão sobre o simulacro, a simulação na contemporaneidade ocidental, refletindo, inclusive, sobre as experiências genéticas de clonagem de embriões. O autor afirma que estamos vivendo em uma sociedade clônica, na medida em que procuramos o máximo de reprodução com o mínimo de sexo. A clonagem de embrião é exatamente isso, é a reprodução de indivíduos idênticos feita de maneira artificial, assexuada. Os clones de astros famosos também são, de algum modo, uma reprodução assexuada de um modelo que escolheram para mimetizar e com o qual desejam a mais completa identificação, a réplica visual e gestual de um modelo.

---

<sup>19</sup> Por exemplo, Ferreira dos Santos (1988), Teixeira Coelho (1989), Jameson (1985, 1995).

Para esse autor, vivemos atualmente dessa maneira, sonhamos com "...uma eterna gemelaridade que substitua a procriação sexuada" (1990: 122) e, sendo assim, estamos pondo fim à alteridade, na medida em que consagramos a reiteração do mesmo.

"Nem menino, nem gêmeo, nem reflexo narcísico, o clone é a materialização do duplo por via genética, isto é, a abolição de toda a alteridade e de todo o imaginário."  
(Baudrillard, 1990: 124)

Pensando os clones desta pesquisa e o que foi dito por Baudrillard, é necessário apontar que não me parece que os imitadores com os quais trabalho abolem a idéia de alteridade. Diferentemente dos clones da biologia, que vão do **mesmo ao mesmo**, os *covers* partem de um **outro** e no seu processo de criação do que parece o **mesmo**, na verdade é um outro, mas que também não é o primeiro. Ou seja, a alteridade é intrínseca ao jogo. Ela não é abolida na relação do imitador com seu modelo, uma vez que este último é, de qualquer maneira, um outro imitado, mas **um outro**. Mantém-se a relação de alteridade, pois, mesmo que o clone pretenda ser o outro ele não é e sabe disso e, mais importante, o outro-modelo está sempre presente, até para ser comparado com a imitação. Na verdade essa alteridade pode ser vista como sendo ambígua, na medida em que o outro é visto tanto em sua potencialidade de diferente, particular, distante, como modelo para a cópia.

Em "Mimesis and Alterity", Taussig aponta para diversas facetas particulares da *mimesis* em sociedades geográfica e historicamente distintas. A idéia de *mimesis* como oposição complementar à noção de alteridade - diferença - transcende épocas e locais. Sua materialização pode se dar através de objetos significantes, do *voodoo* até as bonecas louras, tipo Barbie, Suzi e Xuxa. A



pesquisa aqui apresentada relaciona o mimetismo a um fenômeno - não só contemporâneo, mas exagerado hoje -, a corporificação humana de ídolos também humanos.

A noção de *mimesis* é importante para pensar sobre os clones, na medida em que compreende um componente cultural evidente. Se distancia do conteúdo psicológico, muitas vezes delegado pelo senso comum à idéia de imitação. Taussig relaciona a *mimesis* e os diversos processos culturais, partindo de pontos quase que tradicionais para a antropologia, como a investigação sobre a utilização e construção de objetos, por exemplo, estatuetas, em algumas sociedades, inspiradas em valores culturais reconhecidos. Como afirma o autor:

"Muito mais pode ser dito sobre o papel da *mimesis* na vida ritual de antigas e 'primitivas' sociedades." (1993: 20)<sup>20</sup>

Taussig avança em sua discussão apontando para a reflexão essencial sobre a habilidade para a *mimesis*, a partir da análise de Benjamin. Em suas palavras:

"O fascínio de Benjamin com a *mimesis* vem da confluência de três considerações; alteridade, primitivismo e o ressurgimento da *mimesis* com a modernidade. (...) Benjamin afirma que a faculdade mimética é formadora da compulsão de pessoas para 'tornar-se e comportar-se como os outros'. A habilidade de imitar, em outras palavras, é a capacidade para o Outro."<sup>21</sup> (Taussig, 1993: 19)

---

<sup>20</sup> Tradução minha.

<sup>21</sup> Tradução minha.

O aspecto cultural da *mimesis* fica evidente, por exemplo, quando Benjamin discute sobre os mecanismos modernos dessa noção como imediatamente vinculados à sua reflexão sobre a indústria cultural.

Aqui, interessa a reflexão a respeito do componente cultural embutido na noção de *mimesis* que, de algum modo, permite pensar em uma arquitetura corporal - cujo fim último, sem dúvida, se reflete em indivíduos ou grupos - baseada em processos culturais coletivos. A idéia de imitação - por mais que a discussão entre Tarde, Mauss e mesmo Durkheim, seja contrária a isso - pode carregar um componente ligado a dispositivos individuais psicológicos e sociais, vistos, não raro, alheios à mediação cultural. A noção de *mimesis*, ao contrário, traz em si a necessidade de ser pensada como disposição cultural. Um comportamento ou uma prática mimética, sem dúvida, só são possíveis e determinados pela convivência em sociedade. Se a idéia de alteridade pode ser vista apenas via "o outro", sua noção complementar - *mimesis* - também se faz pertinente quando levamos em consideração a presença de um (s) outro (s) sujeito (s).

Ainda em "Mimesis and Alterity", Taussig aponta para idéia de um excesso mimético nas sociedades contemporâneas. É nesse sentido, inclusive, que se justifica a importância significativa dos clones, levando em conta desde as motivações sociais para o imitar/mimetizar, até a presença e importância da indústria cultural para a imitação atualmente.

Durante todo o texto foi utilizado não somente o termo *mimesis*, como também imitação, na medida em que o próprio Taussig afirma que *mimesis* e imitação são conceitos sinônimos, ainda que o primeiro remeta necessariamente à dimensão cultural e o segundo, essencialmente pelo senso comum, possa sugerir uma instância exclusivamente psicológica.

### 3.4- A construção da imagem-corpo

O clone se "constrói", se "monta", mesmo que a partir de um outro, e essa construção é imediatamente visível porque ele está se utilizando, num primeiro momento, de um visual que se apropria de alguém - de forma mais ou menos imediata - seja no modo de vestir, seja como arruma o cabelo, seja nos trejeitos. O processo de apropriação é ainda um processo de construção pessoal, não apenas retirada do outro. Aqui interessa a forma, a ordem do visual, a confecção imagética. Se constrói como réplica, cópia de alguém reconhecido, popular, se tornando quase sempre também reconhecido - mesmo que com limites outros - pela sua *mimesis*.

Como já afirmei, esse momento da construção já tem um tom ritualístico para o clone, que "estuda" o modelo para se aproximar ao máximo dele, encarná-lo e para isso a mídia tem um papel importante, pois é essa instância que se encarrega de mostrar, exhibir o modelo em todos os seus ângulos, possibilitando que o clone o conheça em detalhes. Talvez a mídia materialize o modelo como um objeto diante do espelho. Artistas mortos também só podem servir de modelo porque são atualizados pela mídia a cada instante. Os clones de Elvis Presley, por exemplo, em geral são jovens e muitas vezes nasceram depois da morte do cantor, como Gilberto Augusto - cover de Elvis<sup>22</sup>. A construção visual do clone muitas vezes se pauta em imagens de arquivo re-locadas pela mídia. Como aponta Tânia Brasil, transformista, clone de Elis Regina:

*"Quando eu comecei a fazer show, eu já pensava em fazer a Elis, só que eu pensei que eu não ia conseguir"*

---

<sup>22</sup> Como já foi dito em outro capítulo, Gilberto Augusto estava com 18 anos na época da pesquisa de campo,

*incorporar ela, porque ela é muito 'massa'! Hoje, através de estudos, eu vi fita de vídeo, eu vi reportagens, vi um monte de coisa dela, sobre ela, aí eu resolvi fazer. (...) aí eu precisei me colocar dentro dela, saber o que ela gostava, o que ela fazia, como ela agia, justamente pra colocar em cena e isso eu fiz estudando, vendo as reportagens, as fitas de vídeo."*

Vivemos em uma sociedade plena de imagens, fotos, cinema, televisão, vídeo, equipamentos multimídia de computadores, nos quais pode-se, por exemplo, ver, ler e ouvir um texto simultaneamente. Parece que tudo hoje em dia está desenhado, fotografado. Uma criança desde cedo já está concentrada em *video-games*, imbricados de tal forma no seu cotidiano que, apesar de qualquer polêmica, já fazem parte do seu aprendizado. O próprio nascimento já é muitas vezes gravado por câmeras domésticas, por pais ávidos em registrar imagens. Estamos diante de uma geração que vai poder ver suas imagens mais remotas, como a saída do ventre humano. O visual parece ser a tônica da contemporaneidade e a construção da auto-imagem - narcisista ou de negação - não pode estar fora desse debate.

Ao se interpretar a construção da imagem-corpo do clone, vale destacar que uma análise tecnicista dos dispositivos utilizados para a identificação com a imagem do modelo são menos importantes. Se o processo empregado para isso - técnica utilizada para a construção da imagem - foi fundamental para a formulação do clone como "*bricoleur* invertido"<sup>23</sup>, essa dimensão pode ser melhor interpretada se a imagem não é deslocada do contexto. Ao propor um entendimento da arte como sistema cultural, Geertz (1983) afirma a necessidade de não tratá-la de um ponto de vista meramente técnico. Mesmo enfocando um

---

<sup>23</sup> Ver capítulo 1 desta dissertação.

objeto distinto do abordado aqui - o texto trata da arte no sentido genérico -, o autor oferece pistas para um alargamento da compreensão de fenômenos sociais. Um olhar para a construção da imagem dos clones não pode desprezar o contexto no qual essa experiência individual ou coletiva se afirma.

Assim, o cenário atual, marcado por uma importância cada vez maior das imagens, não pode ser deixado de lado. A sensibilização presente no processo da construção da imagem é marcadamente afetada por padrões contemporâneos. Sensibilização entendida aqui não só como forma afetiva de apropriação da imagem do modelo para a construção do corpo-clone, mas como apropriação da imagem sensível - que se faz sentir -, material. O clone faz-se visível, faz-se concreto, torna-se - parafraseando Geertz - signo, cujo significado é público, se constrói nas ruas.

A importância da idéia de sensibilização para a compreensão de grupos contemporâneos fica visível no trabalho de Kemp (1993), que discute a gramática visual de *punks* e *thrashers* no Brasil como possibilitadora de identificação de valores pertencentes a cada grupo. Para tanto, Kemp se apoia na formulação de Hebdige:

"À sensibilização pelo estético (visual e musical), segue-se a sensibilização pela inclusão em grupos cuja sociabilidade aponta para a diluição de papéis tradicionais e de hierarquia fixa. A imagem serve aos membros dos grupos como um meio de demarcar limites, de articular identidades e diferenças." (Hebdige, 1988: 30, citado em Kemp, 1993: 29)

Em geral, o tornar-se clone, transformar-se, busca uma apropriação do modelo que envolve imagem e comportamento. Pode-se dizer que o desejo de

réplica é total - forma e conteúdo. Entretanto, é a partir do visual, em primeiro lugar, que o clone aparece como outro, é visto como o modelo. Normalmente não é necessário que o clone esteja se apresentando para ser notado como tal, percebemos pela estética<sup>24</sup> das roupas o modelo representado. Dessa forma, a construção da imagem é primordial para esse sujeito que, como já afirmei, tem o desejo de aparecer, se exibir e ser notado.

E é também a partir de uma estética comum, a estética da cópia, que o clone se identifica com outro clone e pode se reunir. Como os diversos grupos que se agregam através do visual e comportamento, mas se identificam, de imediato, por um olhar breve para a vestimenta de um e de outro. A aparência torna-se importante no sentido da identificação.

"A estética é um meio de experimentar, de sentir em comum e é, também, um meio de reconhecer-se."  
(Maffesoli, 1987: 108)

O clone, em sua ambiguidade, se reconhece numa estética do outro, da cópia, de uma construção vinda de um modelo já construído.

Kemp (op. cit.) aponta para essa questão, quando afirma que o visual, a construção da imagem, é um fator importante para a aglutinação do que chama de "grupos de estilo *underground*", que de algum modo são fluidos, mas cuja fragilidade de limites é menos marcante que nos clones.

"Construir uma imagem é uma maneira de expressão significativa dos conteúdos, das idéias originais dos movimentos *underground*. Torna-se um código que aciona atitudes, aglutina pessoas, comunica estados emocionais e disposições em relação a quem está fora do

---

<sup>24</sup> Ainda neste tópico trabalharei mais detidamente com a noção de estética.

grupo. Transmite uma união cujo apelo de pertencimento é bastante grande. A imagem, sob este aspecto é indissociável dos sujeitos, indispensável como caracterizadora de fronteiras e divulgadora de conteúdos." (Kemp, 1993: 181)

Ao mesmo tempo que se encontra por uma estética comum, o clone se agrupa para a construção dessa imagem que vem do outro, outros. É ingênuo, nesse caso, deslocar a importância da imagem para o mero reconhecimento. Se o visual não é tudo, ele é capaz de trazer em si vestígios para a compreensão de posturas, por exemplo, a caricatura ou o desejo de "similaridade integral".

Se não basta uma jaqueta ou calça justa para ser James Dean, não há como negar a identificação de tais símbolos visuais com a postura do modelo. Nem precisa mesmo do todo. Em alguns casos, metonímias visuais se encarregam da identificação com o modelo. É o caso da "luvinha Michael Jackson", "porta-seios Madonna", "costeleta Elvis Presley".

Pode-se, inclusive, criar verdadeiros mosaicos imagéticos, transitar entre modelos, fazer referências a um outro. Em geral lançamos mão desses artifícios na nossa vida cotidiana e, provavelmente, quase todos já ouvimos, em algum momento, que usamos adereços de tal personagem (nas novelas, basta lembrar da Viúva Porcina<sup>25</sup>).

Se imageticamente propomos essas colagens, o que particulariza os clones? Ao meu ver, o desejo de "identificação integral", a eleição de um modelo único e o não sonegar dessa relação com o ídolo. "Porta-estandartes" da imitação, se tornam revelação pura dessa sociedade de imagens - desgastadas ou não - em que vivemos.

Baudrillard fala em pornografia de imagens:

---

<sup>25</sup> Novela "Reque Queitiro", transmitida pela Rede Globo de Televisão.

"Proxemia das imagens, promiscuidade das imagens, pornografia tátil das imagens. Essa imagem está, porém, há anos-luz. É sempre uma tele-imagem. Está situada a uma distância muito especial que só se pode definir como *intransponível pelo corpo*. A distância da linguagem, do palco, do espelho é transponível pelo corpo - é por aí que ela permanece humana e se presta à troca. A tela é virtual, logo, intransponível. Por isso ela se presta a essa forma abstrata, definitivamente abstrata, que é a comunicação."  
(1992: 63)

Os clones são "pornográficos", na medida em que se alimentam de imagens por demais apresentadas. São os sinais humanos-visíveis de um momento de acesso, quase sem fim, de imagens e informações e são, eles próprios, reprodutores de imagens já existentes. E ainda, por outro lado, são a corporificação dessa imagem, são a um só tempo imagem e corpo, são concretos, têm três dimensões, reproduzem, multiplicam, como os meios de comunicação, mas **corporeamente**. Se as imagens em televisão e cinema, por exemplo, têm o lado do distanciamento, do intocável, do abstrato, os clones, ao **corporificarem** imagens já existentes, estão tornando-as mais próximas e tocáveis, táteis.

Durante o texto muito vem sendo falado a respeito de estética. Não cabe aqui defini-la como conceito, até porque essa noção é em si só polissêmica. Desde Kant, passando por Hegel e chegando à filosofia contemporânea, a noção de estética é concebida de diferentes maneiras, desde disciplina analítica e, nesse caso, utilizada para a compreensão de múltiplos fenômenos, até como oposição à idéia de conteúdo, sendo pensada como imagem-forma. Entretanto, a



estética é sempre concebida como da ordem do sensível, da sensação, da percepção.

Em uma breve consulta a um dicionário de filosofia, a polissemia fica evidente:

Para Hegel "... a estética transcendental é a ciência de todos os princípios da sensibilidade a priori."<sup>26</sup>

Baum Garten, criador do conceito, afirma que a estética serve

"...para designar o estudo da sensação, 'a ciência do belo' (...) aquilo que agrada aos sentidos..."<sup>27</sup>

Mais recentemente, Loubet, define estética como sendo:

"... antes de tudo, caminho da sensibilidade. Sensibilidade de nossos sentidos, de nosso corpo..." (1993: 80)

Segundo Mikel Dufrenne, objeto estético e obra de arte são coisas distintas, na medida em que o primeiro possui um campo mais amplo, que envolve o sensível, o objeto representado e o mundo expresso. E, para o autor

"... o sensível é o ato comum daquele que sente e do que é sentido. Isto significa, em primeiro lugar, que o objeto estético só se realiza na percepção..." (1981: 82)

Parece-me que, de algum modo, o clone pode ser pensado como objeto estético, mesmo que sua estética se paute em parâmetros da repetição. Sua performance corpórea é da ordem do sensível, na medida em que permite uma

---

<sup>26</sup> Marcondes e Japiassu. "Dicionário Básico de Filosofia", R.J., Jorge Zahar Editor, 1989.

<sup>27</sup> Idem

apropriação reflexiva de alguém - o modelo - e que estabelece um outro tipo de relação de sensibilidade com outras pessoas. É uma corporificação anunciada, visível, chamativa, feita para ser vista, percebida. Mesmo que as reações sejam as mais distintas diante do objeto-clone, ele é notado, percebido, se mostra em performances solitárias ou grupais, em espetáculos ou apenas estando na rua e, nesse caso, interferindo (ou ilustrando) com sua imagem no cotidiano das grandes cidades.

Para Dufrenne, "O espectador não é somente a testemunha que consagra a obra, ele é, à sua maneira, o executante que a realiza; o objeto estético tem necessidade do espectador para aparecer." (1981: 82)

O clone é um espectador, mas, de algum modo, também possui outros espectadores, seja no momento do seu *show cover*, onde o público está lá para recebê-lo, seja caminhando pelas ruas, no ônibus, no cinema, em lanchonetes e aqui o espectador existe, mesmo que passivamente, mesmo que sem querer. Os clones intervêm esteticamente e afetivamente na cidade. Provocam uma alteridade que normalmente supõe sentimento dos que olham, às vezes com desdém, às vezes com admiração. Uma sensibilidade do clone e do outro, aquele que está "assistindo". Vez ou outra, pela própria proliferação de imagens anunciada, se confundem com o cenário. Personagens de cidades plenas de imagens.

Discutindo sobre a modernidade e o pós-modernismo, Giddens (1991) afirma que não estamos vivendo na pós-modernidade, mas em um momento no qual as consequências da modernidade estão mais acirradas e mais universalizadas. A modernidade tem sido transformada não na pós-modernidade, mas em uma modernidade reflexiva. É possível avançar nessa discussão,

chegando até uma noção de grande valia para a compreensão do fenômeno cultural aqui estudado, a partir da análise de Lash e Urry sobre a reflexividade estética.

Apoiados em textos de outros autores, Lash e Urry (1994) apontam para o fato de que Giddens privilegia o aspecto cognitivo da idéia de reflexividade em relação à sua dimensão estética. Ainda que se trate de uma discussão conceitual complexa, vale a pena seguir nesta reflexão, procurando vinculá-la aos sujeitos aqui enfocados. O encontro face-a-face entre dois indivíduos, apontado por Giddens como *compromisso com rosto*, se dá para os clones em suas relações cotidianas mas não é marcante na relação entre o clone e o modelo, que tem sua imagem desterritorializada. O modelo atravessa fronteiras culturais, ao invés da relação face-a-face, temos aqui uma relação midiática.

A noção de reflexividade diz respeito exatamente ao estabelecimento de **conexões**. A modernidade traz, então, novos parâmetros de conexões as mais diversas, por exemplo, a possibilidade de rompimento entre conexões intrínsecas e mecânicas com o passado. A própria idéia de tradição pode ser reinventada, daí, inclusive, as noções fundamentais para Giddens de perigo e risco. Para esse autor, os parâmetros estão sempre em negociação, mas isso não exclui o fato de que

"Há um sentido fundamental no qual a reflexividade é uma característica definidora de toda ação humana. Todos os seres humanos rotineiramente 'se mantêm em contato' com as bases do que fazem como parte integrante do fazer." (1991: 43)

Nesse sentido, os clones aparecem como manifestações corporificadas da importância da reflexividade, ainda que seus comportamentos sejam pautados por conexões midiáticas.

Para Lash e Urry (1994), a sociedade torna-se hoje estetizada, o que faz com que cotidianamente sejam visíveis suas consequências.

"O que a indústria fonográfica coloca é que artefatos culturais (...) estão se tornando imanentes como objetos que circulam informação e estão na estrutura comunicacional; e que eles tornam-se a realidade da vida cotidiana. Assim, a música popular torna-se cultura popular, a música torna-se parte do estilo de vida do adolescente. Em menor diferenciação, em sociedades tribais pré-modernas, a cultura funcionava como símbolo, somente com a modernização a cultura torna-se primariamente representação. Mas, mais recentemente, nós temos visto representações retornando à posição funcional dos objetos, objetos que só se diferem de outros objetos da vida cotidiana em sua forma imaterial, em seu caráter estético. Madonna, como uma estrela, não é exatamente uma imagem como representação. Ela é um objeto cultural, no sentido antropológico de cultura. Como um artefato cultural, jovens a vestem em suas camisetas, se vestem como ela. Estes artefatos estruturam a maneira como os jovens classificam as coisas e revelam como elas são." (Lash & Urry, 1994: 132)

A cultura pop, como apontada por esses autores, atua de maneira significativa na construção das identidades dos jovens atualmente. A própria possibilidade criativa é descrita como uma situação particularmente complexa. As idéias relacionadas a essa (im)possibilidade criativa, como repetição e propriedade, levam à questão relacionada à idéia de "marca". A marca, por sua

vez, diz respeito não simplesmente a objetos, mas a artistas, ou seja, a modelos. A ênfase se desloca e, segundo Lash e Urry:

"A indústria fonográfica compra a propriedade intelectual, 'empacota' o artista e o vende como marca. Nesse sentido, ela tem um papel similar ao da empresa de publicidade. Ela não vende a si própria como marca. (...) a Warner vende o registro Michael Jackson." (1994: 137)

Essa idéia de marca/modelo, dada à própria característica de reflexividade estética da sociedade contemporânea, pode ser materializada e percebida de maneira exacerbada nos sujeitos aqui estudados - os clones.

"Em termos de consumo, a reflexividade estética pode ser extraída em vários sentidos. Consumo não só no sentido utilitário, mas como construção da identidade." (Lash & Urry, 1994: 57)

Os clones se constróem milimetricamente para multiplicar os ídolos pop. É o próprio corpo que é construído, "re-construído", para aparecer como imagem, mas uma imagem sensível, tridimensional. Performáticos que são, imprimem significado a essa construção, é o corpo como signo - algo que significa alguma coisa - que significa mais do que a simples reprodução. Deixando seu corpo disponível para mostrar um outro, o clone demonstra a importância desse outro para ele e, dessa forma, está se expressando também, mesmo que isso pareça paradoxal:

"... valeria a pena situar o alcance simbólico do 'discurso da camiseta', mediante a estampagem de slogans, protestos, piadas, toda uma proliferação de mensagens, a situar ideologicamente aquele que nela se veste. Expressão ideológica de si mesmo (a camiseta expressa o que ele pensa), transforma, ao mesmo tempo, seu suporte humano em instrumento anônimo das grandes causas de seu tempo, propagador de palavras-de-ordem em seu silencioso itinerário." (Silva, 1993: 110).

O clone vai além da camiseta, é o próprio corpo que o situa "ideologicamente", um corpo que está abrigando **inteiramente** o outro. O corpo, então, se expressa, pode ser visto como linguagem, está, de algum modo, "denunciando" o clone, o que ele pensa.

"Se as sociedades primitivas cunhavam no corpo dos sujeitos seus signos e sua escrita, a nossa não abandonou semelhante forma de linguagem. A sociedade e a cultura moderna (...) também desenham nos corpos as leis e os costumes sociais." (Oliveira, 1994: 73)

Diferentemente de algumas das "formas de expressão" usuais contemporâneas (o grafite, as pichações, as depredações de esculturas, os gritos anônimos em salas escuras de cinema...) os clones chamam para si sua performance. Inscrevem (gravam) no próprio corpo. Mascaram-se e mostram-se. Escondem-se em outros rostos, mas apresentam-se fisicamente. Não picham paredes (dimensão pública) e fogem, mas marcando-se a si mesmo (dimensão privada) se escondem em uma camada fina que envolve seu próprio corpo e apresentam-se, muitas vezes, publicamente. O corpo como veículo de marcas de

expressão simbólica é aqui uma referência cotidiana ao outro - que pode ou não ser um ídolo seu - mas que certamente é ídolo de outras pessoas, seu público.

### 3.5- Pensando os clones e parâmetros da criatividade

*Algumas coisas na vida eu gostaria de imitar, alguns artistas, os Beatles, Dorival Caymmi, João Gilberto, Jimi Hendrix, Luis Gonzaga, eu gostaria de poder ter conseguido imitá-los, fazer igual, mas nunca consegui. Havia um outro fator que eu acho que também atrapalhava essa coisa de eu poder imitar os outros, que era o fato de eu não querer no fundo, querer imitar, mas querer fazer, ter ao mesmo tempo vontade de fazer transformação."*  
(Gilberto Gil, no vídeo "Clones, Bárbaros, Replicantes)

Diagnostica-se atualmente uma crise de criatividade<sup>28</sup> em diversos setores da sociedade. É comum ouvirmos que "nada há para ser criado" hoje em dia. Para Ferreira dos Santos, atualmente

"... a invenção parece esgotada. A solução, assim, é voltar ao passado pela paródia, o pastiche..." (1988: 55,56)

Teixeira Coelho aponta para a necessidade atual de rever o conceito de cultura como produção da diferença, já que caminhamos para a serialização, a fractalização<sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup> Antes do que um conceito de fácil delimitação, a noção de criatividade é entendida aqui como um juízo de valor sobre um fenômeno, um sujeito, uma obra, que se expressa associado a noções como novidade, desgaste, redundância, vitalidade.

"...hoje tudo copia tudo...tudo se iguala." (1989:54,55)

Jameson afirma que o pastiche é um dos traços mais significativos da pós-modernidade e, apesar de envolver a imitação, difere da paródia por não ter senso de humor. Segundo o autor:

"... no mundo em que a inovação estilística não é mais possível, tudo o que restou é imitar estilos mortos, falar através de máscaras e com as vozes dos estilos do museu imaginário. Mas isto significa que a arte pós-moderna ou contemporânea deverá ser arte sobre a arte de um novo modo (...) uma de suas mensagens essenciais implicará a falência do novo..." (1985: 19, 20)

Para Compagnon o que se dá não é exatamente uma crise de criatividade, na realidade, para este autor, a pós-modernidade perdeu a "obrigação de criar", está libertada para se remeter ao passado, para não inovar. Em suas palavras:

"... a pop arte dos anos sessenta e, em seguida, a completa permissividade estética dos anos setenta, tem liberado a arte do imperativo de inovar " (citado em Jameson, 1993: 18)

Refletindo sobre alguns filmes contemporâneos e o cenário atual, Jameson cita como exemplo de pastiche os chamados "filmes de nostalgia", ou, para os franceses, *la mode rétro*. Nesses filmes o que se busca é um passado histórico, mas um passado que vem através de imagens pop e mais, um passado que

---

<sup>29</sup> O autor fala em fractalização no sentido dado pela geometria: "a fractal é uma forma que se mantém mais ou menos a mesma em todas ou na maioria das escalas de magnitude porque passar." (Teixeira Coelho, 1989: 55)



reinventa sensações; o autor cita como um dos exemplos "Guerra nas Estrelas" (Jameson, 1985). Em outro texto, Jameson segue nessa discussão e aponta para uma tendência atual de que a sociedade de consumo, de algum modo, provoca uma volta ao passado, faz *revivals* de outras décadas, na impossibilidade de criar, de apresentar algo novo. Em suas palavras:

"... a volta aos anos 50, a febre da nostalgia, ou o que os franceses chamam de *la mode rétro*, em outras palavras, a substituição deliberada da invenção irrealizável de estilos contemporâneos ou pós-contemporâneos adequados (...) pelo pastiche e imitação de estilos passados." (1995: 43)

Torna-se popular a meta-afirmação de Chacrinha<sup>30</sup> dentro e sobre a própria televisão. Para ele "na TV nada se cria, tudo se copia". De algum modo, a frase de Chacrinha pode estar relacionada ao simulacro no sentido de Baudrillard, a reprodução de cópias sem a referência do original.

Se observarmos a sociedade contemporânea podemos, pelo menos em parte, concordar com alguns desses aspectos. Assistimos a um "festival" de reciclagens, citações, paródias e a própria imitação com desejo de fidelidade, de ser igual. Resta saber se esses *revivals* são apenas cópias, simulações desprovidas de significado novo, se possuem ou não vitalidade. Parece-me que não são poucos os exemplos nos quais a citação ou a reciclagem aparecem e o produto final apresenta uma síntese particular, ou mesmo original. Muitas letras do compositor e cantor Caetano Veloso são plenas de citações, referências, mas não me parece algo que pudesse ser diagnosticado simplesmente como cópia. Percebo, por outro lado, citações ora sutis, ora muito claras e interpretações de canções alheias feitas de maneira singular, no sentido de reconhecer-se a voz e o

---

<sup>30</sup> Apresentador de programas de auditório no Brasil.

modo de cantar de Caetano Veloso. As músicas "Black or White" de Michael Jackson, "Jokerman" de Bob Dylan e todo um repertório de Roberto Carlos, reinterpretados por Caetano, são exemplos de vitalidade. O cantor inclusive escolhe uma música de Michael Jackson gravada em um momento polêmico para este último, que encontrava-se como alvo de discussões sobre a cor de sua pele<sup>31</sup>.

Alguns filmes contemporâneos também se utilizam muito de citações e referências. Várias fitas de suspense são apontadas hoje como meros "arremedos" da vasta produção de Alfred Hitchcock. Poucos porém não identificam uma vitalidade em "Dublê de Corpo", de Brian de Palma, que se assume como releitura de "Janela Indiscreta", do "mestre Hitchcock".

Outros filmes ainda mais recentes também usam citações. Um exemplo é o polêmico "Coração Selvagem", de David Lynch, no qual aparecem referências claras a Elvis Presley, citações de contos de fadas, de "filmes-B" violentos, de situações clássicas de passagens românticas, estas "inundam" a tela e o pensamento das personagens, em meio a uma trama que não se distancia de um roteiro "clássico" de fuga e perseguição. E apesar disso tudo (ou mesmo por causa disso) a sensação de muitas pessoas após assistir a esse filme é a de ter visto, tendo gostado ou não, algo novo.

O "badalado" filme "Tempos de Violência", de Quentin Tarantino, mostra também uma série de influências e citações que remetem ao tempo em que o diretor trabalhava em uma vídeo-locadora. Em uma cena, na qual John Travolta aparece dançando - citação de "Embalos de Sábado à Noite" - um universo de "Marilyns Monroe", "James Deans" e "Elvis Presleys", toma a cena<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup> Caetano já havia gravado outras músicas de Michael Jackson, como "Billy Jean".

<sup>32</sup> Em São Paulo existem, atualmente, casas noturnas cujos garçons são atores e uma de suas performances preferidas é repetir a cena do filme "Tempos de Violência", no qual os garçons se vestem como alguns artistas, entre eles, Elvis Presley e Marilyn Monroe. Cf.: Folha de São Paulo, 28/03/1996.

Os exemplos de filmes acima citados, que poderiam sem esforço ser multiplicados, foram mencionados na medida em que, no meu entender, apresentam-se como possíveis saídas simbólicas para essa diagnosticada "crise da criação" e, mais importante, assumem a citação como proposta de vitalidade.

A própria moda<sup>33</sup>, hoje em dia, se constrói quase sempre ancorada em *revivals* de décadas passadas. O grande hit dos anos 90, parece, é um *revival* dos anos 70, nas roupas, nas drogas, no estilo de festa. Obviamente muitos valores foram incorporados e outros abandonados durante esses 20 anos. A tecnologia, a música feita a base de sampler<sup>34</sup>, a praticidade doméstica não são negadas. Por outro lado, todo um "guarda roupa" e um arsenal de drogas vem sendo recuperado. De todo modo, essa recuperação propõe uma mescla com as tendências atuais. São os anos 70 revitalizados com tecidos e formas dos anos 90.

Se, como tenho enfatizado, os clones remetem à réplica, à multiplicação de um modelo, não haveria nesse processo, embora pareça contraditório, também um certo canibalismo? Creio que não se trata de uma contradição, mas de um jogo, no qual o ato de replicar implica em um canibalismo, uma deglutição. Talvez aquele, ao qual Montaigne já se referia, um canibalismo que se abstém de matar o que vem sendo comido<sup>35</sup>, uma vez que, para o clone, não interessa matar o

---

<sup>33</sup> E digo moda não só na dimensão visual, mas com referência, de forma genérica, ao próprio comportamento de atores sociais.

<sup>34</sup> O sampler aparece já no final da década de 80 como um instrumento ideal para se citar, ou mesmo "chupar" outras músicas. É um "gravador" que copia um trecho de qualquer canção e a partir daí pode se manipular o que foi gravado de incontáveis maneiras. O sampler é visto pelos setores menos conservadores da crítica como um potente instrumento que em si não é ruim, depende de seu uso.

<sup>35</sup> "Não me parece excessivo julgar bárbaros tais atos de crueldade, mas que o fato de condenar tais defeitos não nos leve à cegueira acerca dos nossos. Estimo que é mais bárbaro comer um homem vivo do que o comer depois de morto; e é pior esquartejar um corpo entre suplícios e tormentos e o queimar aos poucos, ou entregá-lo a cães e porcos, a pretexto de devoção e fé, como, não somente o lemos, mas vimos ocorrer entre vizinhos nossos conterrâneos; e isso, em verdade, é bem mais grave do que assar e comer um homem previamente executado." (Montaigne, 1987: 262)

ídolo/modelo, mas comê-lo vivo, aliás, é essencial que ele permaneça vivo (abstrata ou concretamente).

Parece-me que o discurso antropofágico proposto no Brasil por Oswald de Andrade e os demais modernistas apontava, já há algumas décadas, para essa faceta. Não há como abandonar essa dimensão quando se trata de aprofundar a problemática proposta. Com o intuito de criar uma cultura genuinamente nacional, admitia-se a deglutição do alheio - era permitido "comer" ou "beber" de fontes diversas (no caso o outro era basicamente o europeu, o estrangeiro) - mas a *digestão* era o ponto mais significativo, na medida em que outorgaria ao produto final um conteúdo próprio, novo, particular, nacional. Como aponta Roberto Schwarz:

"Oswald propunha uma postura cultural irreverente e sem sentimento de inferioridade, metaforizada na deglutição do alheio: cópia sim, mas regeneradora." (1987: 100)

Ou como diria o canibal de Paul Valéry:

"Nada há mais original, nada mais intrínseco a si que se alimentar dos outros. É preciso porém digeri-los. O leão é feito de carneiros assimilados." (in, Santiago, 1971: 21)

Na década de 70 o movimento tropicalista (nome batizado por uma obra de Hélio Oiticica), de algum modo, retoma esse discurso antropofágico e utiliza-se das guitarras elétricas e amplificadores potentes para produzir música brasileira, não temendo, inclusive, a influência estrangeira. Parece que Caetano Veloso e Gilberto Gil, mesmo atualmente, não abandonaram esse "canibalismo cultural",

nítido nos próprios títulos de discos de ambos, como "Estrangeiro" e "Parabolicamará", respectivamente.

O rock brasileiro dos anos 90 parece, de algum modo, estar imbuído desse "espírito" antropofágico ou tropicalista. A tendência hoje é misturar o "global" *rock and roll* a ritmos brasileiros os mais diversos: samba, xote, forró, entre outros. Existem exemplos incontáveis dessa mistura, para citar apenas dois: no último disco de Fernanda Abreu - Da Lata - *funk, dance-music* e samba estão reunidos entre bateria eletrônica e guitarras elétricas. A banda "Os Raimundos" mistura o rock e o forró, às guitarras elétricas e ao triângulo. É o sotaque brasileiro incrustado no proclamado mais mundial dos ritmos - o *rock and roll* - este também em suas dezenas de variações. Esse retorno aos ritmos brasileiros é uma característica desta década. O *rock* brasileiro dos anos 80 não tinha essa pretensão, antes, o interesse era colocar o Brasil como produtor de *rock*, assim como qualquer outro país, mas fazendo um rock que se pretendia universal e, mais, similar ao do resto do mundo.

Obviamente, associar pitadas de regionalismo a uma tendência global é pouco para a determinação de uma postura antropofágica. Potencialmente, porém, é evidente o desejo da busca - mais ou menos ingênua - do "novo".

Em uma discussão sobre imagem e meios de comunicação na América Latina, Olaquiaga afirma que aqui tanto há uma aceitação acrítica e indiscriminada de produtos e modos de cultura estrangeiros, como um "fanatismo nacionalista" que procura resistir à penetração de maneirismos estrangeiros no sentido de preservar a autonomia regional. Mas para a autora,

"Apesar de sua aparente oposição, estas duas posturas tendem a ignorar o fato de que as culturas vernáculas consomem o que lhes chega de múltiplas e contrastantes maneiras. Esse consumo vai desde uma adoção mecânica

e acrítica, até a assimilação ativa transformadora que o brasileiro Oswald de Andrade tão acertadamente qualificou como 'antropofagia' há quase meio século. Esse canibalismo popular digere, por assim dizer, o corpo estranho, familiarizando-o e fazendo-o conviver com a cultura receptora." (1993: 08)

Descrito o cenário contemporâneo de "criação" ou de "não criação", vale remeter aos "personagens" estudados aqui. Os clones em geral são vistos como a expressão máxima dessa crise da criação. Representados usualmente como pessoas sem talento para apresentar algo novo, pois se apropriam de artistas reconhecidos, tendo um sucesso rápido e cômodo. Essa representação sobre os clones é quase unânime, mas apesar disso seus shows normalmente possuem um público grande e, muitas vezes, fiel. Parece haver uma inevitável sintonia entre essas pessoas - o público - e uma não disposição (interesse) para receber o novo e talvez por isso exista tanto espaço para a repetição.

Não há como pensar os clones como antropofágicos no sentido de Oswald de Andrade, na medida em que esses sujeitos não demonstram - além de muitos outros aspectos - o desejo da construção de uma "cultura nacional", caro aos modernistas. Entretanto, será que de algum modo os clones podem ser vistos como "canibais culturais", antropofágicos, no sentido de comerem e vez ou outra digerirem, outorgando à sua construção do outro algum aspecto de diferença, intencional ou residual?

Por um lado, limitado por motivos vários, o clone, de certa maneira, é criativo na cópia. Problemas financeiros, por exemplo, fazem com que ele se utilize da prática do *bricoleur* e, ao juntar artefatos aqui e ali, acaba por dar à sua

construção de outro um "sotaque" seu, particular<sup>36</sup>. Aqui, porém, a antropofagia aparece como que arbitrariamente, à revelia do desejo do clone. É o particular aparecendo como que "sem autorização", em clones que se pretendem idênticos.

*"Porque eu não tenho dinheiro pra fazer o que ela faz. A Madonna tem dinheiro pra gastar com o cabelo, que eu poderia gastar com carro, com casa." (Ketulley - clone que se utiliza de materiais disponíveis no dia-a-dia para a construção de sua "Madonna")*

Por outro lado, alguns dos meus informantes demonstravam claramente o desejo da criação, uma cópia com vitalidade, seja na construção da imagem, seja na construção da "personagem". Esses clones se apresentam como tal, mas em nossas conversas diziam querer criar a partir daquele artista que é seu ídolo. Uma influência exacerbada talvez. Buzuzu Cordeiro e Rodrigo são exemplos disso: o primeiro, um transformista que se veste de mulher para imitar um homem - Edson Cordeiro. Usa vestidos, diferentemente do seu modelo, que canta com calças compridas, entretanto baseia seu visual no do ídolo - marcadamente em tonalidades das cores -, mesmo com algumas diferenças. A princípio poderia não ser pensado como clone, mas se apresenta como tal, além de fazer uma simbiose de seu nome com o do modelo. Como se explicita na frase já citada anteriormente:

*"Criei o meu Edson Cordeiro. (...) entendeu, só usando nome e músicas em cima do trabalho dele. É a Buzuzu Cordeiro."*

---

<sup>36</sup> Existem, porém, aqueles clones, como já foi apontado, cujas roupas são confeccionadas por costureiros experientes.

Rodrigo se utiliza de um grupo musical com três componentes como modelo e suas roupas são um misto dos três, mas, se não denomina-se como cover, uma vez que não faz shows, se apresenta como imitador da banda Deee Lite<sup>37</sup>.

*"No começo eu tava com o cabelo comprido, então eu fazia meio cabelo liso, mesmo, igual ao Towa Towa. Aí depois eu comecei a me inspirar mais no Dimitri, aí eu comecei a fazer os 'birotos' do Dimitri. Eu não posso dizer que imito o Deee Lite, porque se eu tivesse imitando eu teria que fazer show, eu poderia ser um DJ, enfim, um astro, quer dizer, na verdade eu não tô imitando um astro, eu tô apenas seguindo uma tendência de comportamento, de moda. Eu me identifiquei muito (com o Deee Lite) porque na vida eu faço uma salada (...) de coisas, de gostos, de tendências. Eu não gosto de um padrão. O Deee Lite, eles misturam muitas coisas (...) uma salada de cultura." (Rodrigo)*

É interessante pensar aqui o caso dos travestis e transformistas que constroem a figura de uma mulher a partir de cantoras pop. Esses sujeitos podem ser vistos, por si só, como cópias que remetem à antropofagia, no sentido tratado aqui. Canibais de mulheres as mais variadas, se transformam, mas, por mais que tentem a similaridade total, o homem está sempre "escapando", aparecendo na barba que insiste em crescer, nos pelos das pernas e do peito. A pergunta seria: existe uma possibilidade criativa em "Madonnas de pênis"? Ou, só o fato de ser travesti já implica numa vitalidade - imposição da diferença - da imitação?

---

<sup>37</sup> Em uma reportagem do Programa Vitrine (Rede Cultura) sobre um salão de beleza que "produzia" pessoas para imitar artistas pop, Rodrigo aparece como clone da banda Deee Lite.

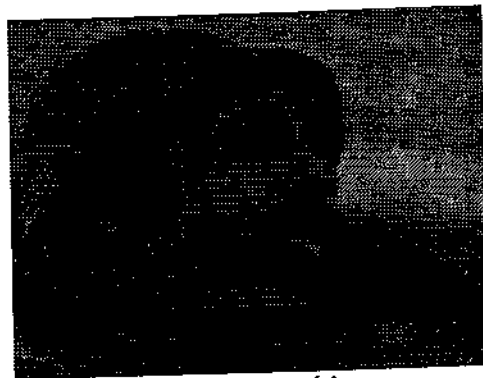


Na verdade, como qualquer clone, o travesti, o transformista e atualmente a "drag-queen" - essencialmente caricatural - podem ou não desejar a reconstrução não mimética e mais, podem almejar a criatividade, a partir da simulação. Tânia Brasil - transformista conhecida em Campinas - que "encarna" Elis Regina em seus shows parece ter o desejo da réplica perfeita e interessante que, de fato, sua performance produz o efeito do "convencimento". Dubla a cantora com gestos e expressões idênticos. Seu interesse é esse, nos encantar **como** Elis Regina. De dia é um homem como qualquer outro. Mas esse homem não aparece na hora do show, é absolutamente negado, e o que vemos é uma "Elis Regina viva".

Buzuzu Cordeiro, diferentemente, se propõe a criar a partir de Edson Cordeiro e só o fato de, sendo homem, se vestir de mulher para se apresentar como Edson Cordeiro *cover* denuncia esse desejo do novo, da deglutição. Como ela, vários travestis e transformistas. As chamadas "caricatas" se apresentam como Madonna, Xuxa e tantas outras e aqui a criatividade vem em forma de graça, deboche - a paródia, pode-se dizer.

Em sua ambiguidade, o clone pode ou não ser criativo, vital em sua réplica. Alguns têm esse desejo, outros "inovam" por limites diversos e outros constróem uma cópia tão perfeita que, realmente, podem nos enganar. Assim, como no cenário contemporâneo, de um lado - e em sua maioria - temos clones que são a exacerbação da cópia, ícones da não criatividade, mas de outro lado, encontramos aqueles que podem ser chamados de antropofágicos, de "canibais criativos". É preciso insistir que se trata apenas de um aspecto do amplo conceito de antropofagia, no sentido de digerirem, "re-construírem" um modelo, somente nesse sentido. O desejo de uma cultura nacional - outro aspecto conceitual marcante - não é preocupação evidente de clones, nem mesmo daqueles que

almejam uma postura inovadora: a novidade diz respeito à instância individual ou, no máximo, à relação social de identificação/"re-construção" que se trava com o modelo.



*"Raul 2" no vídeo  
"Clones, Bárbaros, Replicantes"*

**CONSIDERAÇÕES FINAIS - BREVES LINHAS:  
COMENTÁRIOS E PISTAS SOBRE OS CLONES HOJE**

**"As duas luas e os dois sóis foram visíveis no dia seguinte (...) parece-me provável que seja um fenômeno de espelhismo..."**  
Adolfo Bioy Casares

A luminosidade lançada pela criação ou a escuridão representada pela idéia de não novidade não podem ser os únicos parâmetros para se entender os sujeitos sociais aqui enfocados - os clones.

A discussão proposta neste trabalho procurou alargar esse trânsito entre juízos de valores. Interpretar rituais, refletir sobre os conceitos de *mimesis*, imitação, simulacro, compreender alguns aspectos sobre porque e como os clones se agrupam, discutir sua relação com a mídia e com o cenário contemporâneo, foram tarefas propostas.

**Sobre o conceito de imitação e as noções a ele relacionadas**, como *mimesis* e simulacro, é possível afirmar que esse conceito se apresenta como tendo grande valia para as interpretações mais diversas, ainda que associado às noções citadas, que dizem respeito, de forma imediata, a noções culturais contemporâneas.

Se *a priori* a idéia de imitar pode remeter a uma dimensão psicológica, os conceitos de *mimesis* e simulacro - exatamente por essa relação tão forte com características do cenário atual - quase que necessariamente remetem a uma possibilidade do olhar antropológico preocupado com contextos temporais e espaciais. São noções herdadas de outras áreas, como a filosofia, mas que se mostram úteis para pesquisas que se relacionam à dimensão cultural hoje.

Nesse sentido, a discussão de Taussig (1993) sobre "Dialética do Iluminismo" de Horkheimer e Adorno, se pauta na compreensão da "*mimesis of*

*mimesis*". Ou seja, a afirmação de que rituais disciplinadores dentro de fórmulas como o fascismo tendiam à organização de padrões de comportamento mimético. Em momentos como os de guerra tratava-se da organização de modelos de conduta repetitivos já presentes em nossa sociedade. Os clones, quase que paradoxalmente, são reproduções humanas que circulam de forma aleatória, não organizada, em nosso cotidiano. Ao contrário, porém, de serem figuras completamente ímpares nesses cenários, fazem parte deles e, principalmente, expressam e informam a respeito da paisagem contemporânea.

**Sobre rituais e clones, grupos e espaço** foi sugerido que os clones se constroem e se agrupam de uma forma tal que o ritual tem importância intrínseca. Num jogo, no qual ilusoriamente a alteridade parece não existir, o que se percebe, de fato, é uma construção da identidade baseada no "outro", mas uma identidade que flutua, que não se fixa, que toma forma a partir do que podemos chamar de práticas ritualizadas. Seja no espelho, "se montando", seja "montado", numa performance pelas ruas, seja em seu show ou no show do modelo, as ações desses sujeitos vão sendo simbólica e "magicamente" desenhadas. Não é corriqueiro se apresentar como "outro", mas um ato "estudado", **compartilhado**, conversado.

Pude ver alguns clones "se montando" em algumas ocasiões, tanto em suas casas, como na Produtora Studio Eletrônico, onde foram feitas as gravações do vídeo. As mulheres e Buzuzu Cordeiro, a transformista, me chamavam para ajudá-las no banheiro, com as roupas, o cabelo, a maquiagem e uma pergunta recorrente era: "*Tá legal? Será que eu tô parecida?*" Em geral estavam sempre nervosas com a possibilidade de estar diante de câmeras e, na falta de um outro clone ou de um amigo mais íntimo, contavam comigo.

Os homens também pediam minha opinião, embora se vestissem antes disso. Entre a equipe era eu a única com quem eles tinham a intimidade suficiente para solicitar ajuda ou perguntar se estavam bem, parecidos. Gilberto Augusto já chegou "montado" à produtora, mas levava uma mala com "variações de Elvis Presley". Os rapazes do Kiss Cover se sentiam mais "auto-suficientes" com relação ao visual, talvez por estarem em grupo, mas, como já foi dito, faziam outras tantas "exigências", como se fossem a "banda original". Entretanto, dois deles também não se contiveram e me perguntaram como estavam. Compartilhavam comigo a sua estética de "outro".

Talvez **compartilhar** seja uma palavra fundamental para a compreensão de sujeitos que se propõem a "estar no mundo" dessa forma. Compartilham com o modelo um "eu", compartilham com pessoas as mais diversas o modelo, compartilham com outros clones uma estética, um tipo de comportamento, um desejo de imitar que, como foi dito, não raro agrupa os clones de um modo ainda mais forte do que ter um ídolo em comum.

Compartilhar - dividir - em princípio poderia ser pensado como a antítese de multiplicar, mas com os clones talvez essa relação seja complementar. Ao mesmo tempo que compartilham com o ídolo um "eu", multiplicam esse mesmo ídolo, num processo que toma corpo a partir do ritual de "se tornar outro".

Mas talvez o aspecto mais importante do ritual para os clones, seja o fato de que é a partir dele que os clones se agrupam. Mesmo que essa agregação tenha um tempo limitado, exista por instantes, é em torno do ritual de corporificar um outro que os clones se colocam como grupo ou como "estado de grupo", alimentando, nesse instante, quase que uma identidade coletiva, grupal. Esse aspecto alcança ainda maior destaque tendo em vista as características do cenário contemporâneo, já apontadas, de fluidez das relações sociais: a

dispersão espacial causada pela movimentação contínua e a substituição renovada dos lugares do encontro.

**Sobre mídia e clones** muito pode ser dito. Antes de tudo vale a pena relacionar essa instância com a já afirmada proliferação de imagens no mundo hoje. Num tempo em que fala-se de "pornografia de imagens"<sup>1</sup>, a dimensão do visual está cada vez mais presente, nos convidando - mesmo que de forma involuntária - à recepção irrestrita de imagens. Sobre isso, a mídia aparece como uma instância fundamental. Talvez não haja como pensar nessa super exposição de imagens ignorando a indústria cultural, na medida em que seus veículos instrumentalizam tal fato. Seja pela televisão, seja em *out-doors* - cada vez mais sofisticados - seja em cartazes, as imagens midiáticas se apresentam como definidoras de um cenário. Não há como fugirmos delas. Muros e monumentos estão repletos de pichações e grafites; é o visual - ordenado ou não - que se impõe aos nossos olhos. Sem falar nos computadores, CD ROMS, monitores de televisão que "nunca" são desligados em nossas casas, aeroportos, terminais de ônibus etc.

Como sugeri durante a dissertação, o clone é mais um eixo por onde se pode interpretar essa proliferação das imagens. Ao replicar seus modelos, se mostra imgeticamente, contribuindo para o "desenho" cotidiano da sociedade contemporânea. Manifestações "encarnadas" da evidente força da ordem do visual.

Em sua quase infinidade de veículos, entre as imagens que a mídia coloca em maior evidência, estão justamente as de ídolos da música pop. Em seus mínimos detalhes é exposta a vida desses ídolos, **contribuindo** para que o clone tenha um arsenal de referências que possibilita construir sua própria imagem a

---

<sup>1</sup> Baudrillard, 1992; Jameson, 1995, para citar apenas dois.

partir da imagem de um outro. Estamos agora na dimensão da escolha, o clone opta por uma imagem, entre tantas que estão por aí. A palavra contribuindo está em negrito, justamente porque, como foi mencionado, a mídia é uma instância importantíssima para a construção do clone, mas não pode ser pensada como sendo a única geradora do desejo da réplica. Acreditando no potencial interpretativo dos sujeitos, definitivamente não poderia afirmar, de forma mecânica, que a mídia é formadora de clones. Tais sujeitos recebem as mensagens e interpretam-nas, mesmo que sua forma de interpretação seja esta, de querer replicar um modelo.

A partir da pesquisa de campo, pude observar que existem algumas motivações para o tornar-se clone, motivações que são sociais e da qual derivam ações desses sujeitos (ação pode ser pensada aqui conforme Weber<sup>2</sup>, isto é, dotada de sentido e orientada para um fim, uma meta).

Enfim, entendo que os clones são sujeitos ativos, sujeitos que praticam ações e que interpretam mensagens. Entretanto não poderia retirar a importância da mídia para a construção corporal e comportamental desses atores, pois é a partir dela que eles tomam conhecimento tanto da existência de seus modelos, como de seu modo de vida, seus gostos, sua própria música e, naturalmente, seu visual. Mais do que isso, a indústria cultural dispõe de instrumentos que - embora distante da imagem perversa de transformação de toda a humanidade em clones - possibilitam, através da repetição, da redundância, a eleição de modelos, bem como atuam no sentido de suscitar o desejo da réplica que só se consuma na esfera da recepção.

Por outro lado, ao multiplicar esses modelos, de algum modo, os próprios clones também os colocam em evidência, fazendo de certa maneira um papel próximo ao dos meios de comunicação. Hoje em dia Madonna está na mídia, mas

---

<sup>2</sup> Weber (1977).



também está nas ruas e aqui está **corporificada e multiplicada**, a um só tempo. Fazendo isso o clone contribui de forma definitiva para essa proliferação de imagens no mundo atual, pois é pelo visual, em primeiro lugar, que ele é percebido e provoca alteridade. "Cópias-humanas" que permitem a onipresença - de ordem física, sensível - do modelo. Além de tudo, o clone se mostra tanto corporal, como gráfica e eletronicamente, já que também está nos meios de comunicação, na TV, nos jornais, em cartazes publicitários.

Percebe-se, assim, que há uma associação intrínseca entre mídia, clone e proliferação de imagens, uma relação que se dá através de uma reciprocidade entre todas as partes. A mídia contribui para a formação dos "replicantes" de astros da música pop ao mesmo tempo em que os exhibe. O clone recebe o modelo através dos meios de comunicação, mas, ao multiplicá-lo, acaba por evidenciá-lo também, já que o mostra cotidianamente e contribui para a proliferação visual do mundo contemporâneo, nos convidando a vê-los, contemplá-los e ao mesmo tempo senti-los, já que eles são imagens, mas da ordem do tátil, do tridimensional. De certa maneira, os clones recriam face-a-face, o que estaria na ordem da imagem midiática.

**Sobre construção da imagem e estética** ficou nítido que o clone imprime sensibilidade em sua "re-construção". Pensando a estética como vinculada ao sensível, ao material, à percepção e possibilidade de "deixar-se afetar"; e o objeto estético como algo que existe apenas a partir do espectador, da sensibilidade desse espectador, algumas questões devem ser retomadas. A construção do clone é **corpórea**, sensorial e feita a partir de uma sensibilidade com relação ao modelo, um objeto estético para o clone, um sujeito que é percebido e sentido de um modo tão particular, que o leva a ter o desejo de encarná-lo e, ao fazer isso, o próprio clone se torna um "objeto estético".

O que acontece é um jogo de alteridade particular. De um lado, o outro é o modelo, mas num processo de construção de identidade, o clone de algum modo procura transformar esse "outro" em "eu", encarnando-o e, fazendo isso, o clone aparece como "outro" em seu próprio meio, transformando-se corporeamente em um modelo reconhecido. Deslocando o contexto, aqui é ele o objeto estético, é ele que é percebido esteticamente por um espectador que tanto pode estar em seu show de cover, como pode vê-lo pelas ruas. De qualquer forma, a imagem do clone é real - real visto em oposição a virtual - corporificada. O clone aqui "é" o modelo, tanto que quando encontramos um deles pela cidade, é comum ouvirmos: "olha lá uma Madonna", ou, "hoje eu vi um Elvis Presley na rua". Esvazia-se em representações corriqueiras a presença do "eu" original, para se afirmar apenas o ídolo. Antes que uma farsa, um jogo.

**Sobre os clones e a chamada "crise de criatividade" do mundo atual**

pode-se refletir sobre algumas questões. Em primeiro lugar, seria ingênuo pensar tais sujeitos como símbolos, por excelência, da criação, da inovação. Não, o clone, em sua maioria, tem o desejo da cópia, da réplica. Se esforça para se tornar cada vez mais parecido com o modelo. O clone ideal está muito mais próximo da idéia de semelhança integral, metaforicamente representada pelo duplo idêntico, possível em gêmeos univitelinos. Dessa forma, antes de tudo, os clones podem ser vistos como replicantes.

Mas, por outro lado, existem alguns que buscam não a similaridade máxima, mas a inovação a partir de um modelo, a partir de um outro. A alteridade, nesse caso, diz respeito à referência, à influência. Esse clone especificamente, embora um simulacro, não é necessariamente uma cópia sem vitalidade e poderia

ser pensado como "canibal cultural". Um canibal que, idealmente, como foi discutido no último capítulo, se aproxima do antropófago<sup>3</sup>,

Existem, ainda, aqueles nos quais a repetição literal do modelo não ocorre por algum tipo de limite, seja financeiro, seja físico (um clone de Michael Jackson gordo, por exemplo). Aqui a interpretação é a tônica. Mas esses não podem ser vistos como criativos no sentido de desejar a inovação. Na realidade são particulares, imprimem um tom pessoal à cópia, em muitos casos, involuntário.

O que se pode concluir é que os clones, ambíguos que são - em diferentes aspectos, desde à construção da identidade, passando pelo modo como se agrupam, chegando ao problema da criação -, não podem ser pensados como um grupo homogêneo. Na realidade, eles próprios muitas vezes apresentam um discurso ambíguo, assim, uma homogeneidade com outros clones só acontece em certos sentidos e em alguns momentos, especialmente aqueles ligados aos rituais. O que se percebe, então, é que encontramos tanto os clones que buscam tornar-se a réplica, o "carbono" de seu modelo, como aquele que de alguma forma pretende utilizar-se do outro como referência.

Por que esse último então é chamado clone? Na pesquisa pude perceber que, apesar de buscarem a inovação, esses clones/bárbaros se reconhecem e são reconhecidos como clone. A influência do modelo não pode ser vista aqui como uma característica remota na sua construção, não, é uma influência que se mostra presente todo o tempo e mais, vem de um modelo específico. Não é uma compilação de costumes de uma época ou de uma geração, é a construção de um personagem que se pretende "eu", mas que se constrói claramente a partir de um "outro", um "outro" que pode ser "digerido", assimilado, mas **um** outro.

---

<sup>3</sup> Nunca é demais repetir, que essa aproximação com a antropofagia não se dá nos termos amplos da reflexão/proposta modernista.

### **Sobre "bárbaros", "crise da criatividade", indústria cultural e recepção**

há também uma relação intrínseca. Até aqui, parece que ficou evidente que entre os sujeitos investigados - consumidores da cultura de massa - alguns "engolem" e outros "digerem" seus modelos. Poderíamos fazer uma especulação - ainda que ousada - e pensar que a mídia, sem nenhuma conotação apocalíptica<sup>4</sup>, contribui para uma recepção do modelo pelo clone "devorativa", na medida em que propõe um consumo mitificado, com o intuito de ocultar a relação mercantil que está em jogo; sendo assim, sugere aos consumidores uma "relação radical" com seus ídolos, oferecendo a possibilidade de uma "recepção total", a reprodução, ou melhor dizendo, dando subsídios que contribuem para esse tipo de associação. O clone acredita estar consumindo o próprio ídolo. Mantém uma relação com seu "herói contemporâneo" que se vale da réplica.

Em outros termos, os produtores dos astros pop, enquanto agentes da indústria cultural, conscientes do desejo mimético - da "**fome**" da imagem similar por parte do seu público - "**re-alimentam**" o processo, tanto quando deixam à sua disposição detalhes sobre os ídolos, como quando mudam, metamorfoseiam sucessivamente os mesmos ídolos ou outros novos, para que sejam "**devorados**" por clones/bárbaros camaleões<sup>5</sup>. Num ritual bárbaro, que muitas vezes inclui a ultra-velocidade, é possível comer, engolir, mas de algum modo assimilar, criar, inovar. Antes de tudo, a possibilidade de recepção e ação derivada dela, varia não só psicológica, mas antropologicamente, variação esta, relativa a contextos e informações culturais particulares.

---

<sup>4</sup> Umberto Eco (1976).

<sup>5</sup> Como já foi afirmado no segundo capítulo, seria ingênuo pensar que a mídia acredita que todos os seus receptores se tornariam clones, mas me parece que o "devorador" não está apenas entre os clones, de forma diferente, o fã também "devora" o seu ídolo, mesmo que não visual e comportamentalmente.

Em um palco distante um holofote, um Michael Jackson ainda negro e uma Madonna virgem e obesa dançam juntos. Não há camarins, cortinas, só um resto de *glamour* num cenário de "isopor". O improvável aqui se materializa. O sério jogo da identidade se afirma no tom quase lúdico do "eu que brinca de outro". Elvis Presley está vivo...



*"Michael Jackson de Santos"  
no vídeo "Clones, Bárbaros, Replicantes"*

## APÊNDICE

Notas sobre o vídeo "Clones, Bárbaros, Replicantes"

*"... o que inscrevemos (ou tentamos fazê-lo) não é o discurso social bruto ao qual não somos atores, não temos acesso direto a não ser marginalmente, ou muito especialmente, mas apenas àquela pequena parte dele que os nossos informantes nos podem levar a compreender (...). A análise cultural é (ou deveria ser) uma adivinhação dos significados, uma avaliação das conjeturas, um traçar de conclusões explanatórias a partir das melhores conjeturas e não a descoberta do Contingente dos Significados e o mapeamento da sua paisagem incorpórea."*  
Clifford Geertz

A intenção aqui é fazer uma breve reflexão sobre a minha experiência com o uso do vídeo em uma pesquisa antropológica e pensar sobre esta associação - imagens visuais/antropologia - que de certo modo vem sendo cada vez mais comum.

O documentário "Clones, Bárbaros, Replicantes" partiu de um convite dos diretores Kiko Goifman e Caco Souza, que se interessaram pelo tema de minha pesquisa para a realização de um vídeo. A idéia, então, não era um produto antropológico, mas um documentário que fosse menos urgente que uma reportagem, na qual, muitas vezes, parece não haver um envolvimento total, ou mesmo parcial, dos jornalistas com os sujeitos gravados. Para isso, então, o **tempo** era necessário. Tempo para conhecer os clones, tempo para conversar, observar, tempo, enfim, para a criação de uma cumplicidade entre pesquisador e sujeitos pesquisados.

O convite dos diretores coincidiu com o momento do trabalho de campo desta pesquisa e a idéia era que eu fizesse uma consultoria antropológica, que englobaria escolha de entrevistados, textos que apareceriam na tela, roteiro e as próprias entrevistas. Apesar de não ter pretensões antropológicas em seu produto

final, o vídeo parte das questões da antropologia, de reflexões feitas através da pesquisa de campo e bibliográfica. E mais, parte do chamado "encontro etnográfico", um encontro de subjetividades do "nativo" - o outro - e do antropólogo que quer interpretar suas ações simbólicas. Dessa forma, mesmo não se tratando de um vídeo científico, "Clones, Bárbaros, Replicantes" torna-se um produto importante de ser mencionado nesta dissertação.

Fato curioso que relaciona os sujeitos estudados - clones - ao uso do vídeo na coleta de dados, foi o desejo dos entrevistados de se mostrarem - usualmente "desejo de aparecer". Exibicionistas, os clones não faziam restrições à gravação áudio-visual e, ao contrário, esse dispositivo funcionava muitas vezes para a motivação de falar, conversar. Diferentemente de grupos que de algum modo têm problemas com a veiculação de sua imagem, por motivos vários, como presidiários<sup>1</sup>, os clones querem se mostrar. Gastam tempo e dinheiro em uma construção estética que é feita para ser vista pelo maior número de pessoas possível. O vídeo, então, abre a possibilidade da aparência e até da "fama", como imaginam alguns. A notoriedade e até o cotidiano do astro imitado, de alguma maneira, é transferida para o clone que está em um estúdio de gravação, em meio a luzes e câmeras. Assim, a possibilidade do vídeo antes que uma barreira para a minha pesquisa, revelou-se como um "objeto do desejo" dos sujeitos em questão, facilitando muitas vezes nosso contato. A ordem aqui é a da visibilidade.

A gravação das imagens foi o último período da pesquisa de campo, assim, a "cumplicidade" com os sujeitos da pesquisa e do documentário já estava

---

<sup>1</sup> Goifman (1994) comenta em sua dissertação de mestrado sobre a dificuldade de gravar imagens em penitenciárias, de um lado porque muitas vezes a negociação com a diretoria do presídio não é simples e por outro porque muitos presos não concordam em se deixar gravar. "*Vários internos, envolvidos em problemas com outras quadrilhas fora dos muros da cadeia, não concordaram em mostrar suas imagens. Outros tinham parentes ou amigos que não sabiam que estavam presos e assim preferiram não aparecer no vídeo. Alguns ainda temiam um reconhecimento futuro, optando por esconder sua situação para não sofrerem com o rótulo estigmatizante de ex-presos.*" (pp. 29,30)



estabelecida. Fiz várias entrevistas com gravador de áudio, observei-os em suas casas e em boates, bares, shows e, para o vídeo, apenas alguns foram escolhidos, já que tinha um universo grande de entrevistados para um documentário de 20 minutos.

Sobre a relação entre as pesquisas etnográficas e a utilização de imagens visuais vários aspectos podem ser discutidos, entretanto, o objetivo desta dissertação não é esse aprofundamento. Assim, farei uma breve reflexão sobre a importância, no meu entender, de tal associação, de modo parcial e mesmo despretensioso.

A utilização de fotografias com o objetivo de ilustrar trabalhos etnográficos já vem de algum tempo. Atualmente o uso de meios áudio-visuais vem se ampliando e o vídeo e o cinema, de algum modo, estão mais presentes nesse tipo de pesquisa. Parece-me, porém, que a antropologia ainda esteja tateando um encontro com outras formas de manifestação, que não a escrita, num sentido diferente do meramente ilustrativo. Talvez seja importante pensar que em uma sociedade onde a imagem é predominante, a idéia de complementaridade entre várias formas de manifestar o conhecimento seja, se não imprescindível, pelo menos, desejada.

Participar da elaboração de um vídeo cujo tema era minha pesquisa foi uma experiência absolutamente rica. Em primeiro lugar, os clones têm características imagéticas muito fortes, marcantes. Sua construção começa, na maioria das vezes, a partir da imagem do outro e me parece que um vídeo contribui para a compreensão dessa característica do clone, tornando-o mais palpável através desse meio.

Além disso o vídeo permitiu o alargamento das discussões sobre o tema, possibilitando o debate com públicos variados. "Clones, Bárbaros, Replicantes"

foi exibido em mostras com cunho antropológico e festivais nacionais e internacionais de vídeo<sup>2</sup>. Esse acesso a novos espaços de debate promoveu não só a difusão temática, mas a incorporação de sugestões e observações no próprio texto.

Finalmente, a possibilidade do registro em vídeo, imagens e som, de parte da pesquisa de campo, proporciona uma "volta ao campo" em qualquer momento do trabalho, possibilitando a percepção de nuances da fala, do discurso, por exemplo. É claro que não estou querendo dizer com isso que o caderno de campo possa ser substituído por imagens visuais ou mesmo que "essa volta" se caracterize por ser integral. Complementaridade talvez seja a palavra mais adequada para o que pretendo dizer aqui. Complementaridade na coleta de dados, complementaridade nas formas de manifestação.

Para concluir esse apêndice, é importante ressaltar ainda que, apesar do vídeo apresentar apenas a voz dos clones, sem a mediação do entrevistador e sem "voz em off", não existe aqui a idéia de neutralidade. A resposta é deles, mas existe uma participação profunda minha e dos diretores do vídeo. Fizemos as perguntas, editamos, escolhemos o que entrou no produto final. Naturalmente pretendíamos mostrar o que observamos, mas trata-se antes de uma reconstrução que não é a totalidade da vida dos clones, mas uma parte, a parte que eles nos mostraram a partir de nossas perguntas, observações e de uma edição explícita de sons e imagens. "Clones, Bárbaros, Replicantes" não é e nem desejou ser um espelho dos informantes desta pesquisa. É, antes de tudo, uma proposta de encontro de olhares.

---

<sup>2</sup> Chegou inclusive a obter premiações como a recente, no FORUMBHZVÍDEO/95, festival mundial, no qual recebeu prêmio especial do júri e melhor vídeo júri popular.

### **Informações Gerais sobre o vídeo:**

Realizado no formato U-MATIC. Padrão de cor NTSC

Direção: Kiko Goifman e Caco Souza

Edição: Kiko Goifman, Caco Souza e Malu Pedrosa

Roteiro de Edição: Juliana Jayme, Kiko Goifman, Caco Souza e Malu  
Pedrosa

Roteiro de Gravação: Juliana Jayme

Consultoria Antropológica: Juliana Jayme

Duração: 20 minutos

Realizado em 1994

- Prêmio Estímulo da Secretaria do Estado de São Paulo
- Classificado para a Mostra Competitiva do Rio Cine Festival/94
- Prêmio Especial do Juri e Melhor Vídeo Juri Popular do FORUMBHZ -  
Festival Internacional de Vídeo/95

## **BIBLIOGRAFIA**

### **ANDRADE, Oswald de**

- 1970** "Do Pau Brasil à Antropologia e às Utopias", *in* OBRAS COMPLETAS. vol. 06, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

### **AUGÉ, Marc**

- 1994** NÃO LUGARES: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas, Papirus.

### **BAUDRILLARD, Jean**

- 1985** A SOMBRA DAS MAIORIAS SILENCIOSAS: o fim do social e o surgimento das massas. São Paulo, Brasiliense.
- 1986** AMERICA. Rio de Janeiro, Rocco.
- 1991** DA SEDUÇÃO. Campinas, Papirus.
- 1992** A TRANSPARÊNCIA DO MAL: ensaio sobre os fenômenos extremos. São Paulo, Brasiliense.
- s/d** A SOCIEDADE DE CONSUMO. Lisboa, Edições 70.

### **BENJAMIN, Walter**

- 1982** "A Obra de Arte na Época de Sua Reprodutibilidade Técnica", *in* COSTA LIMA (org.) TEORIA E CULTURA DE MASSA. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

**BOURDIEU, Pierre**

- 1979** LA DISTINCTION: critique sociale de jugement. Paris, Les Editions de Minuit.
- 1987** "O Mercado dos Bens Simbólicos", *in* MICELI (org.) A ECONOMIA DAS TROCAS SIMBÓLICAS. São Paulo, Perspectiva.

**BRISSAC PEIXOTO, Nelson**

- 1993** "Paisagens da Imagem: pintura, fotografia, cinema, arquitetura", *in* PARENTE (org.) IMAGEM-MÁQUINA. Rio de Janeiro, Editora 34.

**BRISSAC PEIXOTO, N. & OLALQUIAGA, M. C.**

- 1988** "A Pós-modernidade na Ficção Científica", *in* PÓS-MODERNIDADE. Campinas, Ed. UNICAMP.

**BUARQUE DE HOLANDA, Aurélio**

- 1975** NOVO DICIONÁRIO DA LÍNGUA PORTUGUESA. Rio de Janeiro, Nova Fronteira.

**CAIAFA, Janice**

- 1985** MOVIMENTO PUNK NA CIDADE: invasão dos bandos sub. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor.

**CARDOSO, Ruth**

- 1986 "Aventuras do Antropólogo em Campo ou Como Escapar das Armadilhas do Método" *in* CARDOSO, R. (org.) A AVENTURA ANTROPOLÓGICA: Teoria e Pesquisa. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

**DUFRENNE, Mikel**

- 1981 ESTÉTICA E FILOSOFIA. São Paulo, Perspectiva.

**DURKHEIM, Emile**

- 1985 "As Regras do Método Sociológico", *in* OS PENSADORES. São Paulo, Abril Cultural.

**ECO, Umberto**

- 1976 APOCALÍPTICOS E INTEGRADOS. São Paulo, Perspectiva.  
1984 VIAGEM NA IRREALIDADE COTIDIANA. Rio de Janeiro, Nova Fronteira.

**FAWCETT, Fausto**

- s/d SANTA CLARA POLTERGEIST. Rio de Janeiro, Mandarin.

**FERREIRA DOS SANTOS, Jair**

- 1988 O QUE É PÓS-MODERNO. São Paulo, Brasiliense.

**FREITAG, Bárbara**

- 1986 A TEORIA CRÍTICA: ontem e hoje. São Paulo, Brasiliense.

**GEERTZ, Clifford**

- 1983 "Art as a Cultural System", in LOCAL KNOWLEDGE: further essays in interpretive anthropology. New York, Basic Books.
- 1989 A INTERPRETAÇÃO DAS CULTURAS. Rio de Janeiro, Guanabara.
- 1990 EL ANTROPOLOGO COMO AUTOR. Barcelona, Ingraf.

**GIDDENS, Anthony**

- 1991 AS CONSEQUÊNCIAS DA MODERNIDADE. São Paulo, UNESP.

**GLUSBERG, Jorge**

- 1987 A ARTE DA PERFORMANCE. São Paulo, Perspectiva.

**GOIFMAN, José Henrique**

- 1994 VALETES EM *SLOW MOTION*: O espaço e a morte do tempo na prisão a partir de experiências com o vídeo. Dissertação de Mestrado, Campinas, UNICAMP, mimeo.

**HAUSER, Arnold**

- 1972 HISTÓRIA SOCIAL DA LITERATURA E DA ARTE. São Paulo, Mestre Jou.

**IANNI, Otávio**

- 1994 "Globalização: o novo paradigma das Ciências Sociais", in REVISTA DE ESTUDOS AVANÇADOS, vol. 08, no. 21. São Paulo.

**JAMESON, Frederic**

- 1985** "Pós-modernidade e Sociedade de Consumo", *in* NOVOS ESTUDOS CEBRAP. no. 12, São Paulo.
- 1993** "Transformaciones de la Imagen en la Posmodernidad", *in* REVISTA DE CRITICA CULTURAL. no. 06, Santiago do Chile.
- 1995** AS MARCAS DO VISÍVEL. Rio de Janeiro, Graal.

**JARDIM, Rachel**

- 1987** OS ANOS 40. Rio de Janeiro, Guanabara.

**KEMP, Kênia**

- 1993** GRUPOS DE ESTILO JOVENS: o "rock underground" e as práticas (contra) culturais dos grupos "punk" e "thrash" em São Paulo. Dissertação de Mestrado, Campinas, UNICAMP, mimeo.

**LASH, S. & URRY, J.**

- 1994** ECONOMYS OF SIGNS AND SPACES. Londres, Sage.

**LEAL, Ondina Fachel**

- 1990** A LEITURA SOCIAL DA NOVELA DAS OITO. Petrópolis, Vozes.

**LÉVI-STRAUSS, Claude**

- 1976** O PENSAMENTO SELVAGEM. São Paulo, Cia. Editora Nacional.



**LOUBET, Maria Seabra**

1993 ESTUDOS DE ESTÉTICA. Campinas, Editora da UNICAMP.

**MAFFESOLI, Michel**

1987 O TEMPO DAS TRIBOS: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro, Forense Universitária.

**MALINOWSKI, Bronislaw**

1984 "Argonautas do Pacífico Ocidental", *in* OS PENSADORES. São Paulo, Abril Cultural (3a. edição).

**MARCONDES & JUPIASSU**

1989 DICIONÁRIO BÁSICO DE FILOSOFIA. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor.

**MARCUS, George**

1991 "Identidades Passadas, Presentes e Emergentes: requisitos para etnografias sobre a modernidade no final do século XX ao nível mundial", *in* REVISTA DE ANTROPOLOGIA. vol. 34 São Paulo, USP.

**MAUSS, Marcel**

1974 "As Técnicas Corporais", *in* SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA. São Paulo, EDUSP.

**MAYER, Adrian C.**

- 1987 "A importância dos 'quase-grupos' no estudo das sociedades complexas", *in* FELDMAN-BIANCO, B (org.)  
ANTROPOLOGIA DAS SOCIEDADES  
CONTEMPORÂNEAS. São Paulo, Global.

**MELO, Higinia Bruzzi de**

- 1988 A CULTURA DO SIMULACRO: filosofia e modernidade em  
Jean Baudrillard. São Paulo, Loyola.

**MENEGUELLO, Cristina**

- 1992 POEIRA DE ESTRELAS: o cinema hollywoodiano na mídia  
brasileira nas décadas de 40 e 50. Dissertação de Mestrado,  
Campinas, UNICAMP, mimeo.

**MODESTO, Ana Lúcia**

- 1989 OS ÍDOLOS E SEUS DEVOTOS: Um estudo da dupla  
natureza da troca na relação intérprete musical-público.  
Dissertação de Mestrado, Belo Horizonte, UFMG, Mimeo.

**MOLES, Abraham**

- 1972 O KITSCH. São Paulo, Perspectiva.

**MONTAIGNE, Michel Eyquem de**

- 1987 ENSAIOS. Brasília, Editora Universidade de Brasília, Hucitec.

**MORIN, Edgar**

1980 AS ESTRELAS DE CINEMA. Lisboa, Livros Horizonte.

**MUGGIATI, Roberto**

1981 ROCK, O GRITO E O MITO: A música pop como forma de comunicação e contracultura. Petrópolis, Vozes.

**OLALQUIAGA, Celeste**

1993 "Cultura Buitresca: el reciclaje de imágenes", *in* REVISTA DE CRÍTICA CULTURAL. no. 06, Santiago do Chile.

**OLIVEIRA, Neuza Maria de**

1994 DAMAS DE PAUS: o jogo aberto dos travestis no espelho da mulher. Salvador, Centro Editorial e Didático da UFBA.

**PLAZA, Júlio**

1993 "As Imagens da terceira geração, tecno-poéticas", *in* PARENTE (org.) IMAGEM-MÁQUINA. Rio de Janeiro, Editora 34.

**PRONOVOST, Gilles**

1989 "The Sociology of Time", *in* CURRENT SOCIOLOGY. Association Internationale de Sociologie, vol. 37, number 3, Sage, winter, pp. 01-129.

**SANTIAGO, Silviano**

- 1971        UMA LITERATURA NOS TRÓPICOS. São Paulo,  
              Perspectiva.

**SCHWARZ, Roberto**

- 1987        "Nacional por Subtração", *in* TRADIÇÃO E CONTRADIÇÃO.  
              Rio de Janeiro, Zahar/Funarte.

**SILVA, Hélio**

- 1993        TRAVESTI: a invenção do feminino. Rio de Janeiro, Relume  
              Dumará.

**SILVA, Luiz Hildebrando Pereira da**

- 1994        "Sobre a Clonagem de Embriões: código de ética e código  
              penal", *in* REVISTA DE ESTUDOS AVANÇADOS. vol. 08,  
              no. 20, São Paulo.

**SILVEIRA JR., Nelson**

- 1991        SUPERFÍCIES ALTERADAS: uma cartografia dos grafites  
              na cidade de São Paulo. Dissertação de Mestrado,  
              Campinas, UNICAMP, mimeo.

**TARDE, Gabriel**

- s/d         AS LEIS DA IMITAÇÃO. Porto, Rés Editora.

**TAUSSIG, Mike**

- 1993        MIMESIS AND ALTERITY. Londres, Routledge.

**TEIXEIRA COELHO, José**

- 1989 "A Cultura Fractal é Fatal?", *in* COMUNICAÇÃO E POLÍTICA. São Paulo, Editora oito de março.

**TURNER, Victor**

- 1974 O PROCESSO RITUAL. Petrópolis, Vozes.
- 1982 FROM RITUAL TO THEATRE: The human seriousness of play. New York City, PAJ Publications.
- 1986 THE ANTHROPOLOGY OF PERFORMANCE. New York City, PAJ Publications.

**VELHO, Gilberto**

- 1978 "Observando o Familiar", *in* NUNES, E. O. (org.) A AVENTURA SOCIOLOGICA: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social. Rio de Janeiro, Zahar.
- 1981 INDIVIDUALISMO E CULTURA: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. Rio de Janeiro, Zahar.

**VIANA VARGAS, Eduardo**

- 1992 GABRIEL TARDE E A MICROSSOCIOLOGIA. Dissertação de Mestrado, Museu Nacional, Rio de Janeiro, mimeo.

**WEBER, Max**

**1977** "Ação Social e Relação Social", *in* FORACHI & MARTINS  
(org.) SOCIOLOGIA E SOCIEDADE. Rio de Janeiro, Livros  
Técnicos e Científicos Editora.

## **JORNAIS E REVISTAS CITADOS**

. "Revista Isto É" - 14/02/1996

. "Jornal Folha de São Paulo" - 13/07/1993, 12/02/1996, 28/03/1996

## **OUTROS**

. DICIONÁRIO BRASILEIRO DA LÍNGUA PORTUGUESA - MIRADOR, São Paulo, Cia Melhoramentos de São Paulo, 1980. (3a. edição)

**ANEXOS**



# Doctor's Guns N' Roses Cover fazem show no Top Center e dão autógrafos para fãs da banda norte-americana

A banda Doctor's Gun's N' Roses Cover fez anteontem, no vão do Top Center, na avenida Paulista, um show de lançamento dos LPs "Use Your Illusion 1" e "2", da banda norte-americana Guns N' Roses.

Segundo José Roberto Verta, gerente Internacional da BMG-Ariola, o público presente oscilou entre 1,5 mil e 4 mil pessoas, no final. Segundo o capitão Paulo Muniz, comandante da 1ª Companhia do 11º Batalhão, que chefiou as operações da Polícia Militar no local, não havia mais que 900 pessoas.

O evento foi promovido pela Assessoria 24 Horas Promoções e Eventos e pela BMG-Ariola, com apoio da rádio Jovem Pan 2 FM.

O trânsito na Paulista chegou a parar em alguns momentos. Um macaco inflável com 12 metros de altura foi colocado próximo ao palco para chamar a atenção do público.

Verta diz que "o intuito do evento foi, em primeiro lugar, oferecer algo ao público, e, em segundo, chamar a atenção para o lançamento dos discos".

Ao contrário de alguns poucos

privilegiados fãs do grupo rapper norte-americano Public Enemy, que na semana passada tiveram a oportunidade de ver, apalpar e levar para casa papéis rabiscados pelos próprios ídolos, os fãs da banda Guns N' Roses tiveram de se contentar anteontem com Danilo "Canhão" Marques, 29. No show da Paulista, ele foi o clone "meio gordinho" (segundo algumas pessoas presentes ao evento) do polêmico Axl Rose, vocalista do Guns.

A 24 Horas Promoções e Eventos distribuiu 100 camisetas e 100 posters aos fãs que se aglomeravam no local. Segundo Teresa Póvia, da 24 Horas, foi um momento em que houve "alguma confusão".

Teresa diz que a intenção do "evento foi parar todo mundo" para saber do lançamento dos discos do Guns N' Roses. Segundo o capitão Renato Aldarvis, comandante da 3ª Companhia do 7º Batalhão da PM, "por ordem do governador", a Paulista não pode ser interditada. Ele disse que a PM apenas considera "legítimo" os eventos que envolvam o interesse de toda a comunidade, "como a São Silvestre, por exemplo".



Folha de São Paulo  
24/09/1991

Multidão se aglomera em frente ao Top Center, na avenida Paulista, anteontem à tarde

O COVER DA A FESTA DO VERÃO EM DI



O som country do grupo Credence Revival será mostrado pelos músicos da banda Collage Revival

Estado de Minas  
26/01/1992

O COVER FAZ A FESTA DO VERÃO EM BH

Fotos/Divulgação



A música dos Beatles é a inspiração da banda Sgt. Pepper's



A popstar Madonna também já tem a sua clone tupiniquim

# Febre de cover esquenta Belo Horizonte

A Secretaria Municipal de Cultura promove este ano, pela terceira vez consecutiva, o projeto "O Verão É Aqui", com treze noites de *shows*. As bandas e grupos *cover* de Belo Horizonte, decalques de vários ritmos e temas, serão a atração do programa de 1992, batizado de "Encontro Cover", que vai de hoje ao dia 09 de fevereiro, no Teatro Francisco Nunes, sempre às 21 horas, com ingressos a Cr\$ 2000.

Belo Horizonte é uma das cidades que reúne mais grupos *cover* no Brasil. O fenômeno, que pode ser considerado sintoma de esterilidade e esgotamento do *rock* e da música popular, uma manifestação da entressafra criativa, assumiu em Minas e no Brasil tais proporções que justificam a realização desse "Encontro".

Vão se apresentar 14 grupos, para preencher todos os gostos, do *rock* clássico dos Beatles ao *hard rock* adolescente do Guns N'Roses, passando por Supertramp, Michael Jackson e companhia. A música brasileira estará presente no Chico Nunes, em vários tempos e estilos: *rock*, Bossa Nova, dor de cotovelo. Tudo isso não é exatamente *cover*, mas vá lá...

A Single Side Band (*rock* dos anos 55 a 75) abre o Festival Cover, e a dupla Ligia Jaques & Rogério Leonel desafia sua Bossa Nova no encerramento, dia 09. Confira todo o programa nesta página. A seguir, saiba mais sobre as atrações deste "O Verão É Aqui".

**Silvana e a Máquina do Tempo** — O grupo tem levado para fora de Minas o *show* "Madona Cover", com o repertório principal da *pop star* americana. O repertório se esmera em reproduzir à risca os arranjos dos discos e também os visuais que são a marca do estilo Madona, "representada" por Silvana. Ela se apresenta acompanhada por Walter Jr. (bases seqüenciadas), Cássia Alvarenga e Patrícia Moreira (*bakings vocals*).

**It's Only Rolling Stones** — O nome da banda nasceu, em 1988, para batizar um espetáculo. Com o sucesso da empreitada, virou *cover*. O grupo foi reunido a partir das bandas Serpente, Kamikase e Tribos de Solos. Keta, Dida, Bola, Gustavo Duarte e Marco Vinícius, respectivamente voz, baixo, guitarra (2) e bateria, fazem o *cover* dos Stones.

**Sargent Pepper's** — Que os Beatles sejam eternos, amém!, parecem orar os grupos de Belo Horizonte que trazem ao vivo, a décadas, a obra do quarteto de Liverpool. O Sargent Pepper's tem lugar no fundo do coração da freguesia que frequenta o restaurante Mister Beef, onde tocam todo sábado. O Sargent é *cover* de verdade. Pesquisam com rigor as harmonizações originais e as raridades. Tem Mauro Mendes (violão, guitarra-base, voz), Jô Rocha (baixo), Beto Mendes (teclado, percussão, voz), Marcelo Carrato (bateria) e Gauguin (guitarra solo, voz).

**Ouro de Tolo** — O vocalista Maurélio Cavalcanti apresenta o grupo como "não menos carismático e irreverente do que o compositor e cantor baiano" Raul Seixas, paradigma do grupo, que também se diz a primeira banda

*cover* de um artista nacional. No repertório do Ouro de Tolo estão cerca de 60 músicas de Seixas, dos grandes sucessos como "Guitã" às nem tão bem sucedidas "Só pra Variar" e "Rockixe", por exemplo.

## FEBRE COVER ESQUENTA BELO HORIZONTE

FOTOS DIVULGAÇÃO



*O Secos & Molhados — Ney Matogrosso, João Ricardo e cia. — é copiado pelo Sangue Latino*



*A banda cover "Ouro de Tolo" mantém a memória do compositor e cantor baiano Raul Setxas*

# Silvanna é Madonna no palco

Madonna, ao vivo, em Belo Horizonte? Não, apenas uma réplica da maior estrela da atualidade. Os mineiros terão a chance de conferir hoje, às 21h, no Teatro Francisco Nunes — dentro da programação do projeto “O Verão é Aqui” — a apresentação de uma cantora, acompanhada de banda, especializada em covers da popstar. Trata-se de Silvanna Martins & A Máquina do Tempo, que fazem

do sucesso da estrela a principal atração de seu repertório. Os ingressos custam Cr\$ 2 mil.

Segundo anuncia a produção do projeto musical, “ao contrário dos similares globais” — que se interessam principalmente pelas coincidências físicas entre os clones e a original — Silvanna & A Máquina tocam e cantam as composições consagradas por

Madonna, com “comprovada competência”. Walter Jr. (responsável pelas bases seqüenciadas) e Cássia Alvarenga e Patrícia Moreira (backing vocals) formam a banda que acompanha a cantora. O espetáculo, com direito a figurinos e coreografias inspirados na mais recente turnê da cantora americana, “Blond Ambition”, será mostrado em apresentação única.

□ **MADONNA COVER, IT'S ONLY ROLLING STONES, SGT. PEPPER'S, BANDA OURO DE TOLO E CAZUZA REMEMBER** — Teatro Francisco Nunes (Parque Municipal, fone 224-4546). De hoje a domingo, a partir das 21h, o projeto “O Verão é Aqui” apresenta shows diários com as bandas covers mineiras. Hoje, *Madonna*; amanhã, *Rolling Stones*; sexta, *Sgt. Pepper's*; sábado, *Ouro de Tolo*, e domingo, *Cazuza*. Ingressos ao preço único de Cr\$2 mil.

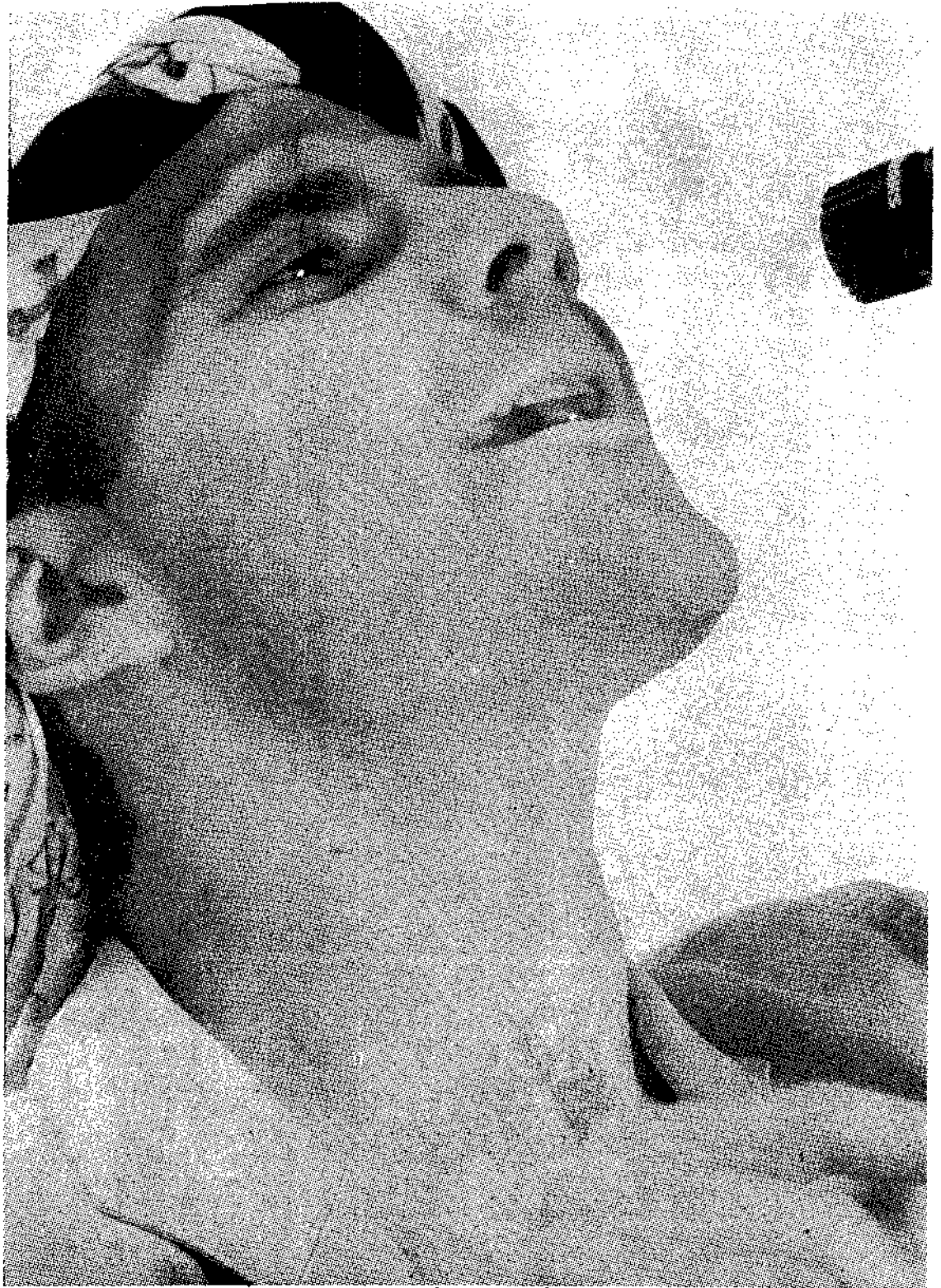
□ **BANDA BOCA DE SINO** — Mister Beef (rua Gonçalves Dias, 2.600, fone 275-1966). As quintas e sextas, 22h, o grupo composto por *Sinval Rocha* e *Mirtes Helena* (vocais), *Sílvio Scalioni* (baixo e vocal), *Augusto Guimarães* (guitarra e vocal), *Evandro Lopes* (teclados) e *Rodolfo Mendes* (bateria e vocal) interpreta o melhor dos anos 60, nacional e internacional.

□ **IT'S ONLY ROLLING STONES** — Cabaré Mineiro (rua Gonçalves Dias, 54, fone 227-5860). Logo mais, 22h, apresentação do grupo formado por *Keta* (voz), *Dida* (baixo e vocal), *Bola* (guitarra e vocal), *Betinho* (guitarra solo) e *Aloísio* (bateria), com o melhor da banda de Mick Jagger. Vale conferir.

Estado de Minas  
29/01/1992



# 'Spacca, codinome Cazuza



Jornal do Brasil  
08/02/1992

*Para imitar Cazuza, Spacca comprou lenço e até peruca em loja para travestis*

## Chargista consegue interpretação fiel e comovente do cantor

APOENAN RODRIGUES

**S**ÃO PAULO — O cartunista paulistano João Spacca de Oliveira, o Spacca que afineta os políticos com suas charges no jornal *Folha de S. Paulo*, nunca assistiu a um show de Cazuzza. Nem comprava seus discos. Só por diversão, de vez em quando cantava, em sessões de karaokê. *Bele balanço*, sucesso do Barão Vermelho, quando o roqueiro era vocalista do grupo carioca. Ninguém achava muita graça. "Eu não tinha soltura de corpo", confessa. Hoje, longe da proteção do anonimato físico de quem trabalha em jornal, Spacca tem subido em outros palcos exatamente para ser Cazuzza. Como vocalista da banda *Cazuzza Cover* — que antes tinha o nome bem mais original de *Rosas Roubadas*, uma referência à música *Exagerado* —, Spacca verdadeiramente incorpora Cazuzza, numa interpretação impressionante de voz, gestos e tiques que chega a causar arrepios nos admiradores de coração do irreverente roqueiro.

Seu trabalho é tão verossímil que a delicada homenagem sensibilizou até os parentes mais próximos de Cazuzza. "A tia dele, Cristina, e as primas me abraçaram emocionadas no camarim depois do meu show." Até o aval da mãe do cantor, Lucinha, foi conseguido (leia texto abaixo). Aos 27 anos, com uma calvície que se acentua desde os 20, Spacca passa despercebido à luz do dia. Sem a abastada cabeleira, que caracterizava Cazuzza em sua fase saúde, ele tem apenas uma ligeira semelhança física com o cantor. Mas, sob suaves refletores, peruca na cabeça e a testa adornada por um lenço colorido, ele se torna praticamente igual.

Em mais de uma hora de show, Spacca percorre com delicadeza e talento a vida artística de Cazuzza, desde os tempos do Barão Vermelho até seu derradeiro espetáculo. *O tempo não para*. A estréia foi em São Paulo. Durante dois finais de semana ele lotou o Mambembe, um espaço cult-

chique, e pretende repetir a dose, na metade de fevereiro, no AeroAnta. Em abril, Spacca e os cinco integrantes da banda que o acompanha pretendem chegar ao Rio. Em São Paulo, até os rigorosos integrantes do fã-clube de Cazuzza aprovaram. Os primeiros aplausos aconteceram com uma participação na banda *Avenida Brasil*, do também cartunista Paulo Caruso. Spacca imitava de Julio Iglesias a Chico Buarque. Um dia, Caruso pediu para ele cantar o *Rock da Roseana*, uma brincadeira com a filha do ex-presidente José Sarney. Spacca propôs transformar o rock num blues. "Cantei com a voz do Cazuzza, usando uma bandana e uma auréola na cabeça", lembra. Desta vez todo mundo adorou.

O personagem aos poucos o foi seduzindo, a ponto de ele se descobrir fazendo gestos que ainda não tinha percebido em Cazuzza nas várias vezes a que assistiu ao vídeo *O tempo não para*. "É engraçado, porque ele não estava sozinho no altar dos meus ídolos, eu era mais tiete de Chico Buarque." Alguns pontos em comum, no entanto, foram brotando. Como Cazuzza, ele adora Janis Joplin e é filho único. "Na minha pesquisa, notei que ele tinha passatempos solitários como eu. Ficava um dia inteiro trancado no quarto lendo enciclopédias, mapas", conta.

Nas primeiras apresentações com a banda de Paulo Caruso, o ator-cantor só usava bandana e óculos escuros. Depois, começou a elaborar o personagem. Para conseguir os jeans apertados, iguais aos que Cazuzza usava na época do Barão, comprou uma calça de mulher e reformou. O blazer branco, conseguiu numa loja de uniformes de médico. Chegou a ir a numa casa especializada em perucas artísticas para travestis. "O dono falou que costumava fazer muitas cabeças de Marilyn Monroe e Madonna, mas mesmo assim ele acertou com as do Cazuzza." Com a aprovação de sua performance como Cazuzza, Spacca quer aumentar a sua galeria de imitações. Durante o show, ele injeta pequenas doses de Caetano Veloso e Chico Buarque. Mas já prepara densas interpretações de Renato Russo e Eduardo Dusek aventurando-se nas águas de Cauby Peixoto.

# Mãe do cantor se emociona

PEDRO TINOCO

**A** mãe de Cazuzza, Lúcia Araújo, não assistiu ao show de Spacca, mas gostou. "Não o conheço pessoalmente, mas quando conversamos num programa da rádio *Eldorado AM* ele me passou uma boa impressão. Me emocionei de verdade quando o ele cantou *Cobaius de Deus*. Os produtores do programa mixaram na rádio a voz dele com uma gravação da mesma música feita pelo Cazuzza", lembra. A mãe de Cazuzza já tinha ouvido falar de Spacca através de uma irmã que mora em São Paulo. "Minha irmã assistiu ao show dele e chorou o tempo inteiro. Parece que todo mundo na plateia chora. Ela diz que ele imita tudo do Cazuzza, trejeitos, voz, com uma fidelidade impressionante", diz.

Apesar do pouco contato que teve com o especialista em covers de seu filho, Lúcia Araújo simpatizou com Spacca. "Ele me pareceu uma pessoa



O cartunista paulistano

séria, nem um pouco tiete ou oportunista", opina. "O mais curioso é que ele não tem nada a ver com o Cazuzza. É careca, usa óculos, mas no palco parece que se transforma e fica idêntico ao meu filho", continua. Mesmo empolgada, a mãe do ex-líder do Barão Vermelho não pretende assistir tão cedo a um show de Spacca: "Pelo menos por enquanto, não vai dar. Eu ainda choro quando ouço discos do Cazuzza na vitrola. Imagine num show desses."



REGINA TRAZ 'PERFUME DE MADONNA' AO LONA AZUL

QUAL É A VERDADEIRA?

REPRODUÇÃO



**RESPOSTA**

*Se é que houve alguma dúvida: a "Madonna" da foto à esquerda é Regina Restelli. A da direita é a verdadeira, no show Blond Ambition*

# 'Clone' de Madonna faz apresentação única

A cantora, atriz e bailarina Regina Restelli traz a comédia musical "Perfume de Madonna" ao Lona Azul



Regina Restelli, que atua na peça "Perfume de Madonna"

**PERFUME DE MADONNA** — Comédia musical com a atriz, cantora e bailarina Regina Restelli. Direção: Cininha de Paula. Apresentação única hoje, às 21h, no Teatro Lona Azul (Praça Imprensa Fluminense, s/nº), em Campinas. Preço: Cr\$ 15 mil

A comédia musical "Perfume de Madonna", estrelada pela atriz, cantora e bailarina Regina Restelli, abre temporada no Estado com apresentação única hoje, às 21, no teatro Circo Lona Azul, em Campinas. A clone de Madonna segue depois para Ribeirão Preto e Franca.

"Perfume de Madonna" estreou em setembro no Teatro Cândido Mendes, no Rio de Janeiro, onde ficou em cartaz durante seis meses. Regina começou a turnê pelo país em Santa Catarina, com performances em Florianópolis e Lajes. As apresentações em São Paulo ainda não estão agendadas.

O musical conta a história de Izilda (Regina), uma sócia de Madonna, que trabalha em uma casa noturna fazendo cover da cantora. Um dia, a verdadeira Madonna aterrissa no país para apresentação única e perde a voz. Izilda, é lógico, é chamada para substituí-la.

O texto da comédia é de Flávio Marinho e Cininha de Paula está encarregada da direção. O espetáculo conta com a participação do comediante Fernando Wellington e do diretor musical Vitor Pozas. Entre as oito pessoas que ocupam o palco estão os bailarinos Júlio Brauer, Hélcio Mattos e Geraldo Laclau.

Regina Restelli participou como bailarina do musical "A Chorus Line". Ela é conhecida, em especial, pela participação nas novelas globais "Ti-Ti-Ti", onde representou uma manequim do costureiro Jacques Leclair (Reginaldo Faria), e em "Barriga de Aluguel", onde era dançarina do Copacabana Café. Nessa última, Regina já havia adotado o "look" Madonna.



**De operária de uma fábrica de automóveis a símbolo sexual de Hollywood. Uma trajetória meteórica, mas que não teve um final feliz**

#### PLATINUM BLONDIE

Marilyn não nasceu loura. Se você não está satisfeita com a cor de seu cabelo, não é difícil modificá-la. No entanto, é bom saber que eles vão precisar de atenção redobrada: banhos de creme, xampus especiais e volta constante ao cabelereiro. O *coiffeur* Pierre lembra que não há nada mais antiestético que cabelos louros com a raiz escura. Pierre aconselha que, antes de mudar o visual, é bom consultar um especialista. Ou então, ir mudando a coloração gradualmente, a cada visita ao cabelereiro.

"Esqueça a idéia de tingir ou descolorir os cabelos em casa. O prejuízo pode ser irreversível".

Apesar de todas as contraindicações, não são poucas as mulheres que se atrevem a mudar radicalmente. Muitas, inclusive, inspiradas na própria Marilyn, como a cantora Madonna, que por sinal fez escola, inspirando as cópias da cópia: Deborah Blando, Regina Restelli, etc. Outras falsas louras famosas: Catherine Deneuve, princesa Diane, Hebe Camargo, Adriana Calcanhoto, Paula Toller, Ivana Trump, Wanya Guimarães (o *affair* de PC Farias), Márcia Peltier e, a mais nova do time, Cláudia Abreu. Isto, sem falar na Rogéria...30 anos depois de sua morte (lembrados exatamente neste mês — ou ainda mais precisamente, no dia 5 de agosto), Norma Jean Baker, vestida de Marilyn Monroe, ainda continua em cena.



**A cantora Madonna, um dos clones mais famosos de Marilyn**



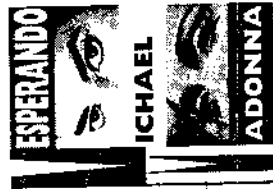
**Até Clarice Pivolesan (a Mika) tentou imitar o mito, na novela *Felção Maravilha***

# “Covers” simulam desembarque de Michael Jackson em São Paulo

## *O cantor vai se hospedar na suíte presidencial do Sheraton Mofarrej*

Da Reportagem Local

Três Michaels Jackson falsos, uma lixadeira, seis batedores da PM e uma ambulância simulam a partir das 14h30 de hoje a chegada do verdadeiro Michael Jackson a São Paulo, prevista para 13 de outubro. O comboio sai do Aeroporto Internacional de Curitiba e vai até o Sheraton Mofarrej, definido ontem como o hotel que vai hospedar Michael Jackson. O cantor ocupará a suíte



presidencial do hotel. No Sheraton também ficará hospedada parte de sua equipe. Os técnicos do show “Dangerous” ocuparão 100 apartamentos do Hotel Transamérica, no bairro do Morumbi.

Na simulação de hoje, o “cover”. Billy Jackson vive seu dia de Michael. Dois outros “covers” acompanham a limusine preta em que estará o “verdadeiro”. O objetivo é “despistar eventuais fãs”, segundo Billy Jackson, que organiza o evento. O cortejo segue pela marginal Tietê, ponte das Bandeiras, av. Tiradentes, av. 23 de Maio e av. Paulista.

### **Camarotes vip**

A mesma empresa que faz o serviço de bar e bufê do Carnaval do Rio e da Fórmula 1, a LRCCP Promoções e Publicidade Ltda., prestará os serviços para o Hospitality Center e para os camarotes vip (chamados setor Master) dos shows de Michael Jackson, nos dias 16 e 17 de outubro no estádio do Morumbi, com apoio da Folha. No Hospitality Center, montado próximo ao gol oposto daquele em que será montado o palco, os ingressos custarão cerca de US\$ 450, incluindo bebidas e jantar. A capacidade do Hospitality Center, que terá acesso exclusivo, é de 500 pessoas.

No setor Master, que ocupará 28

cabines de rádio do nível superior do estádio, o ingresso custa em torno de US\$ 150, incluindo lanches e bebidas (refrigerantes e cerveja). As vendas para as áreas vip devem começar terça-feira (tels. 011/530-8739, 531-3697 e 61-6830). Helicópteros ligarão o Aeroporto de Congonhas ao estádio. A passagem ida e volta custará em torno de US\$ 200.

### **Enquanto isso**

O cantor descansa em Gstaad, no chalé de Liz Taylor. Jackson chegou à Suíça na última segunda-feira, depois do show em Tenerife, o último antes do início da turnê pela América do Sul, que inclui três shows em Buenos Aires, dois em São Paulo. (HG)



**Contratada:** pela gravadora Warner e pela Rádio 105 FM, para fazer aparições-relâmpagos em shoppingcenters e em diversos pontos da cidade, a cover carioca de Madonna, Monique de Oliveira (foto), 19 anos. As promoções devem começar na segunda semana do mês. "Há dez anos sou completamente apaixonada por Madonna", confessa a bailarina e cantora, que coleciona posters, fotos, camisetas, discos e reproduções de roupas da cantora. "Nós temos muitas coisas em comum, como o nome iniciado pela letra M, a descendência italiana e a admiração por crucifixos. E, como Madonna, na infância eu também quis ser freira", revelou.

**Divulgado:** pelo jornal inglês *Daily Star*, que Madonna está namorando Guy Oseary, 15 anos mais jovem que a *pop star*. Diretor da gravadora Maverick Records, que pertence à cantora, o rapaz acaba de completar 20 anos. Ontem, a estrela americana disfarçou-se de velha para fugir da imprensa e fazer seu *jogging* matinal, em Tel Aviv, Israel. Maquiada como uma anciã e com uma peruca loira, ela passou despercebida pelo *batalhão* de fotógrafos que a esperavam na porta de seu hotel. Em visita à Igreja da Natividade, em Belém, Madonna ofendeu e xingou a mãe dos jornalistas.

## MICHAEL CHEGA ATRASADO A SÃO PAULO

**HÉLIO GUIMARÃES**

Da Reportagem Local

“Maicou, Maicou, Maicou”. Aos gritos, cerca de 1.500 pessoas invocavam o popstar quando ele desceu do seu Boeing 727 particular, às 15h33 de ontem, no Aeroporto Internacional de São Paulo, em Guarulhos. Desde 12h, fãs, “covers”, curiosos e camelôs esperavam Michael Jackson.

Com blaser cinza em estilo militar, calça preta, chapéu e óculos escuros, Jackson desceu do seu Boeing 727 particular acenando para as pessoas aglomeradas no Terminal Internacional 2, próximo à torre de controle do aeroporto.

Jackson encontrou uma multidão excitada pelo calor —cerca de 30 graus— e pelo atraso de mais de uma hora. A chegada estava prevista para 14h. Foram 26 minutos desde que o avião tocou a pista do aeroporto, às 15h07, até Jackson sair da aeronave. O primeiro a desembarcar foi Bob Jones, vice-presidente da MJJ Productions, empresa que cuida dos negócios do popstar.

Logo depois, três crianças vestidas à Jackson literalmente escorregaram pela escada do avião e entraram num furgão cinza, o mesmo em que Jackson entraria minutos depois. As crianças são amigas do popstar, que geralmente viaja acompanhado por elas.

Jackson saiu do avião com a mão em frente ao rosto e um guarda-sol verde-limão para protegê-lo do sol. Enquanto descia a escada, acenou

duas vezes para os fãs que se espremiavam contra a grade, a uma distância de 30 metros da aeronave.

O popstar recebeu um buquê de flores de quatro crianças brasileiras —Juliana, Bruna, William e Júnior, filho do Xororó da dupla sertaneja. Em seguida, caminhou em direção aos fãs, perfilados no alambrado. A cerca de 15 metros da multidão, deu meia volta e saiu correndo para o furgão cinza que o levou ao hotel.

Entre a saída do avião e a desapareição no furgão, vedado por cortinas, uma fã transpôs a cerca de mais de quase três metros de altura que separa a rua da pista. Foi retirada por PMs.

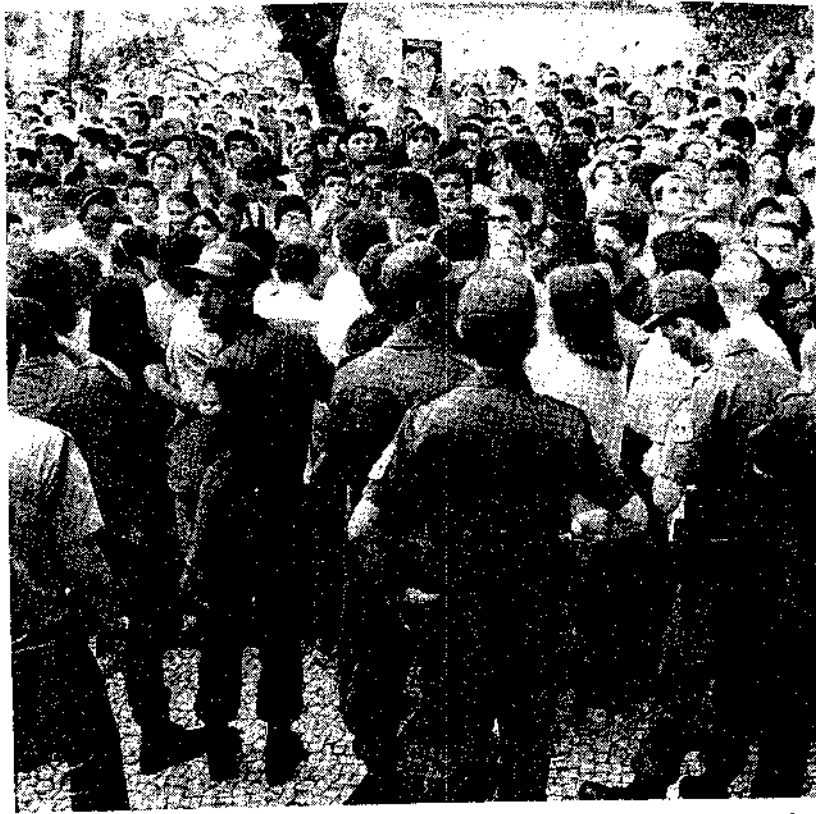
A chegada de Jackson parou o aeroporto. Centenas de funcionários da Infraero assistiram ao desembarque do popstar de vários pontos. A segurança foi feita por 80 PMs e 20 seguranças da Fonseca's. O comboio que acompanhou Jackson até o hotel Sheraton Mofarrej, próximo à av. Paulista, incluía dois furgões, duas Mercedes, uma ambulância, duas viaturas do Unicor, um caminhão do corpo de bombeiros, seis batedores e três viaturas da PM.

No trajeto até o hotel, um incidente. Na av. Ipiranga, logo depois da esquina com a São João, a limusine de placa AZ 0077 subiu no canteiro e colidiu num poste. Transeuntes se aglomeraram em torno do carro, curiosos para ver Michael Jackson. No carro, encontraram um “cover” e o motorista. Não houve feridos.

Os shows de Michael Jackson em São Paulo estão marcados para amanhã às 21h30 e domingo às 19h30 no estádio do Morumbi. Os shows têm apoio da **Folha**.

Colaborou **HÉLIO GOMES**, da Reportagem Local





*Público espera Jackson em frente ao hotel Mofarrej, às 15h*

## Sósia acena da janela e engana fãs no hotel

Da Reportagem Local

Um sósia de Michael Jackson apareceu às 18h45 na janela do hotel Mofarrej Sheraton, na alameda Santos n.º 1.400 (zona sul de São Paulo) e acenou para as cerca de 500 pessoas que ainda esperavam para ver o popstar. As 16h30 a polícia tinha avisado, por megafone, aos 3.000 fãs aglomerados na porta do hotel, que o cantor apareceria em "cinco minutos". Jackson não apareceu na janela e foi "substituído" por uma apresentação do cover Billy Jackson e um grupo de cerca de 50 outros

imitadores do cantor.

A multidão não gostou da troca e começou a chamar os covers de "bairanos, monstros, frankensteins e viadinhos". Os imitadores pararam a apresentação, deixando espaço somente para os ambulantes, que vendiam fitas, lenços, faixas, fotos e camisetas (CR\$ 1 mil) aos fãs, a maioria mulheres de cerca de 20 anos.

Jackson chegou ao hotel por volta das 16h. A aglomeração de pessoas fez com que a entrada do cantor, pela entrada principal do Sheraton, demorasse 20 minutos. Não houve incidentes.



*Cover maquiado, que bateu o carro na volta do aeroporto*

Folha de São Paulo  
14/10/1993





**A atriz Regina Restelli posa na cama da suíte imperial do Caesar Park do Rio**

## ***Show de Madonna vai ter som mais potente que o de Michael***

### **Cantora ocupa 40 apartamentos no Caesar Park do Rio**

Da Sucursal do Rio

Madonna quer fazer mais barulho do que Michael Jackson em sua passagem pelo Brasil. A produção do show alimenta a disputa das megaestrelas fornecendo dados comparativos: promete potência de som 28% superior (104 decibéis contra 82), 34 caixas de som a mais (174 contra 140) e telão com melhor definição.

Ontem, no Caesar Park, em Ipanema, zona sul, mostrou a suíte imperial no 21º andar, na qual Madonna vai se hospedar na passagem pelo Rio. Com 450 metros quadrados, três suítes, salas de estar e jantar, o apartamento tem decoração clássica.

Ainda serão instalados na suíte os aparelhos de ginástica exigidos pela cantora. A atriz Regina Restelli posou como cover de

Madonna na cama que será ocupada pela garota de Detroit. A suíte imperial do Caesar tem diária tabelada em US\$ 2.500, mas como o hotel apóia os shows no Rio e em São Paulo foi feito um desconto de valor não-revelado. A equipe de Madonna ocupará 40 apartamentos.

Madonna chega dia 1º de novembro a São Paulo. Deve ficar no Brasil até 7 de novembro. (PíñioFraga)

# POPSTAR

## POR UM DIA

**D** DANIELA PRANDI

Desde que a *material girl* Madonna invadiu a cena pop, em sua rasteira surgiram as "madonnetes". Mais que fãs, as imitadoras da popstar querem mesmo é se 'montar'. Mas, acompanhar as mil e uma transformações visuais de Madonna não é tarefa fácil. Camaleônica, a estrela que surgiu desleixada no meio dos anos 80 experimentou estilos, virou Marilyn Monroe, voltou a ser morena só para beijar Jesus Cristo, aderiu à musculação e à alta-costura para hoje posar de zen em "Rain", seu mais recente clip. Haja fôlego para as "madonnetes"!

Encarar 'montada' o "The Girlie Show" de Madonna no Brasil vai exigir paciência. Pelo menos para as fãs de Campinas. Por aqui, a falta de ousadia impera nas vitrines. Mas o Viver Bem encarou o desafio da transformação. Mesmo sem modelitos Jean-Paul Gaultier à mão, aqui e ali as peças do quebra-cabeça foram se encaixando: lingerie (afinal, foi Madonna quem tirou o sutiã do esquecimento), muitos decotes e crucifixos nas sacolas.

As modelos Ivana Lopes e Eliana Muraro não perderam o bom humor e entraram no espírito "madonnete" fácil, fácil. Os maquiadores Fábio Nakao e Vito Fici recriaram nas loiras o visual usado na turnê "Blondie Ambition". Terminada a maquiagem, hora de tratar de escolher o penteado. Mais uma vez, Vito Fici entrou em cena, arregaçou as mangas e *voilà*: duas legítimas "madonnetes" prontas para a sessão de fotos.

Mas se você é daquelas fãs de Madonna que não está nem aí para visual e coisa e tal, tudo bem. Afinal, Madonna não é só estilo: é atitude, é música, é espetáculo.

Fotos: Dominique Torquato



POPSTAR POR UM DIA





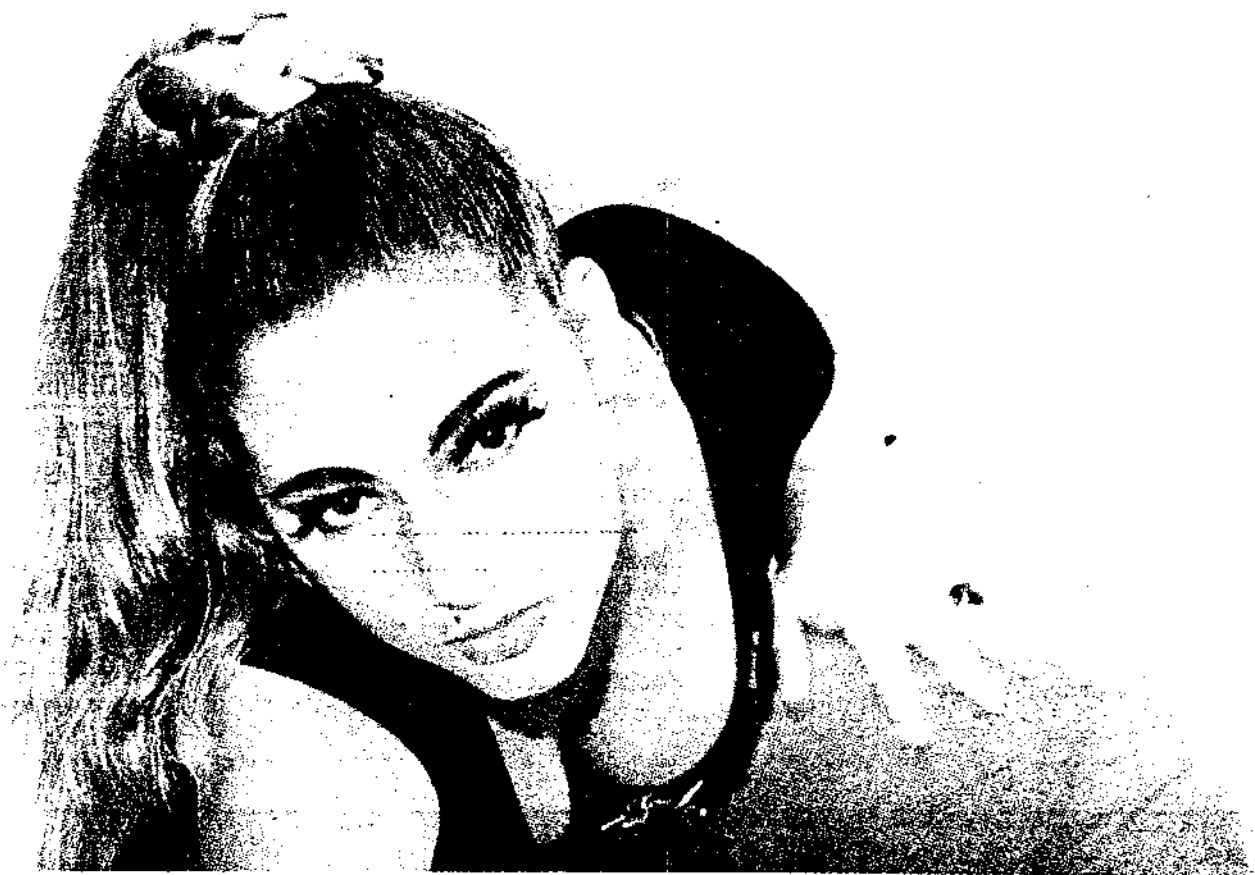
*No ritmo de "Erotica", a provocação não conhece limites. Acima, o top peludinho rouba a cena na dobradinha com as listras. Ao lado, a "madonnete" usa top metalizado da Zdelli, peça que exige altas doses de coragem e corpinho absolutamente em forma*



*Em tempos de 'like a virgin', Madonna nunca dispensou a lingerie e o espartilho, nas cores branca ou preta, usados com bijoux e crucifixos*

POPSTAR POR UM DIA

*Essencial ao 'look'  
Madonna, os decotes são  
ousados e mostram mais do  
que escondem, como o top da  
Capítulo VII usado com  
calças vermelhas*



Diário do Povo  
31/10/1993

## POPSTAR POR UM DIA



*Pose "madonnette" no modelito que mistura bolinhas e listras, usado com calça boca-de-sino. Visual inspirado em um dos modelos criados pelo "enfant-terrible" Gaultier para a turnê "Blondie Ambition". No detalhe, a maquiagem bem marcada*



### **ONDE ENCONTRAR**

**Corta** (maquiagem e cabelo) - Rua Barreto Leme, 1804. Fone 55 0688  
**Elvio Cabeleireiro** (aplique) - Rua Benjamin Constant, 1418. Fone 2 3078  
**Intimidades** - Rua General Osório, 1211. Fone 34 3042  
**Capítulo VII** - Rua Barreto Leme, 1653. Fone 34 5621  
**Under Down** - Rua General Osório, 1219. Fone 33 5412  
**Masa Jeans & Shoes** - Rua Barão de Jaguará, 1264. Fone 2 4327  
**Zdell** - Rua Dr. Quirino, 1156. Loja 4.

Edu Garcia'



*Ontem, de manhã, em,  
frente do hotel:  
presença da estrela  
leva covers à loucura,  
e ao strip-tease*

Personagens inusitadas e incidentes com a polícia marcaram o dia dos fãs que se aglomeraram na porta do hotel Caesar Park para ver Madonna de perto, o que não aconteceu. A cantora não apareceu. Alguns fãs tentaram romper a segurança do hotel e outros, na calçada, chamavam a atenção do público na ausência da popstar.

O menor A.S.G., um travesti de 13 anos que se autodenominava Jacqueline, chegou à porta do hotel às 2h da madrugada de ontem. Vestia saia, top, capa preta e sapatos de salto alto. Disse que se pudesse mandar um recado à Madonna pediria para "ela ser menos obscena porque o comportamento dela incentiva as crianças a fazerem coisas parecidas e os pais e mães não gostam".

Ainda durante a madrugada, uma dupla de atores chamou a atenção das cerca de 70 pessoas que passaram toda a noite na porta do Caesar Park. Mara Manzan, 40, e Ednaldo Eiras, 33, apareceram na janela de um apartamento em frente ao hotel e, com tochas de fogo nas mãos, improvisaram um show circense. Passaram as tochas pelo corpo, enguliram e cuspiram fogo.

Ednaldo, que já trabalhou na peça "Sonhos de uma Noite de Verão", dirigida por Cacá Rosset, disse que a idéia de "homenejar Madonna com um show surgiu dois dias antes". Abaixo dos atores, do lado de fora da janela, uma faixa com a inscrição "Welcome Madonna" dava boas-vindas à cantora. O dono do apartamento, Ronaldo Viana, disse que pretende mudar a faixa diariamente, mandando novas mensagens para a cantora. Ele não vai ao show porque não encontrou ingresso.

A fã Ana Paula da Silva, 22, era uma das mais exaltadas durante a manhã de ontem. Ela tentou furar o bloqueio da segurança do hotel pulando o muro do fundo de um prédio na rua Luís Coelho. Não foi feliz e acabou se machucando. Foi socorrida por um PM, com quem trocou tapas. Resisitindo aos berros, foi controlada por cinco PMs, que a levaram a um pronto-socorro.

Ainda pela manhã, por volta das 9h30, a fã E.C., de 16 anos, tentou chamar a atenção para si abrindo a blusa branca. Não satisfeita, colocou os seios para fora do sutiã preto. Depois de se vestir, repetiu a cena a pedido dos fotógrafos que estavam no local.

Folha de São Paulo  
03/11/1993



*Fã discute com policial diante do hotel Caesar Park, ontem à tarde.*



## FÃS IMPROVISAM 'SHOW' NA PORTA DO HOTEL

Adi Leite/Folha Imagem



### **E.C. e travesti de 13 anos**

*Personagens bizarros divertiram durante todo o dia de ontem os fãs que se aglomeraram diante do hotel Caesar Park na esperança de ver Madonna; em frente ao hotel, localizado na rua Augusta, região central de São Paulo, a histeria dos fãs — que incluíam travesti de 13 anos, "stripteasers", covers da cantora e até Billy Jackson, "cover" de Michael Jackson — contrastava com o ar "clean" dos membros da equipe de Madonna que se aventuraram a transpor a multidão para sair do hotel.*

# Peituda seduz gringo

Adi Leite/Folha Imagem

Se Madonna não dá boia para os fãs, Ray Kibartas, preparador físico da gringa, faz exatamente o contrário. Ontem ele se encantou com uma loirinha que mostrou os peitos para a galera.

"Bem que você poderia fazer um showzinho para mim", animou-se o mestre da falsa loira. Mas, para o azar da fã, a cantada de Kibartas ficou só nisso.

Madonna continuou não ligando para os fãs. Passou a manhã malhando no Hotel César Park (rua Augusta, região dos Jardins). Um forte esquema de segurança impedia a entrada de algum fã mais abusadinho.

Alguns bailarinos da cantora foram ontem à academia Fórmula, no Shopping Eldorado, em Pinheiros (zona oeste da cidade) e depois iriam ao Parque do Ibirapuera (zona sul). Comentase que Christopher, irmão e decorador dos shows da cantora, teria ido com eles.



**A loira recebeu o mestre da Madonna de peitos abertos**

## FÃ FICA PELADA NA PORTA DO HOTEL

Vale tudo pra ver Madonna

Foto: Kati Laine/Folha Imagem



**A fogaosa pintou no hotel...**



**...tirou a blusa e o sutiã...**



**e mostrou até o bumbum!**

## VÁ AO SHOW DE MADONNA VESTIDA COMO A CANTORA

**NP dá dicas de beleza e conta sobre o show da falsa loira**

Que Madonna faz show hoje, às 21h no estádio do Morumbi, você já sabe. Agora, o NP vai te ensinar a curtir as músicas da cantora com a mesma maquiagem usada pela escandalosa.

As dicas (veja ao lado) foram reveladas pela especialista em maquiagem Katy Thomas. Ela diz que Madonna usa muita sombra, delineador e batom.

O ponto forte de Madonna são os olhos azuis. Ela usa sombra marrom perto dos cílios para realçar ainda mais os olhos. Os lábios,

bem finos, recebem um contorno leve de batom.

Kathia revela que, mesmo usando roupas escandalosas, Madonna tem como características principais a limpeza e a simplicidade. Ou seja, cuidado para não se empetecar muito!

Agora que você sabe a maquiagem da Madonna, saiba que "The Girlie Show" é um espetáculo inesquecível. Dura duas horas e a escandalosa troca várias vezes de roupa, além de exibir o corpão lindo *(mais detalhes abaixo)*.

Folha Imagem



*Os fãs vão ver de perto o belo corpão da Madonna*

Notícias Populares  
03/11/1993

VIA AO SHOW DE MADONNA VESTIDA COMO A CANTORA.

NP dá dicas de beleza e conta sobre o show da lusa loira

## VEJA COMO A MADONNA SE PINTA

Siga as instruções e fique parecida com a loira



### OLHOS

- Comece usando um lápis delineador preto em volta dos olhos. Para testar, passe um pouco do lápis nas costas de sua mão.
- Usando uma escova fina e um pouco de sombra marrom, misture com o tom do lápis que passou em sua mão. Aplique direto tudo isto nas sobrancelhas.
- Procure manter o formato dos olhos de um modo bem definido. Comece suavemente e, pouco a pouco, vá checando os resultados da mistura enquanto aplica a sombra.
- Usando uma sombra acinzentada, realce a região que fica entre as sobrancelhas e os cílios.
- Agora, use o lápis delineador. Risque uma linha ao longo dos cílios. Aplique um pouco de água. Não tem segredo quanto a esta linha. Ela tem que combinar com o formato de seus olhos. Só tome cuidado para não ultrapassar a extensão da sobrancelha, ou então seu rosto vai ficar desigual.



### PELE

- Antes de colocar qualquer tipo de base para maquiagem, teste. Base muito clara vai fazer você parecer um presunto das páginas de polícia do jornal. Aplique na sua mão para ver se combina com sua pele.
- Depois de escolhida a base, vá aplicando do centro para fora do rosto, apertando perto do queixo e da linha dos cabelos. A área que deve ser mais usada pó e perto do nariz, para esconder qualquer tipo de imperfeição que seu rosto possa ter.



### LABIOS

- Pra começar, aplique direto um lápis vermelho sobre os lábios. Depois, pegue um papel de seda, encha-o com batom bem vermelho e aplique sobre os lábios, que já receberam o reforço do lápis.
- Coloque uma camada de pó compacto sobre os lábios. Depois de feita esta operação, é só aplicar a camada final de batom neles. Dessa maneira, o batom fica por mais tempo e mantém a cor e o brilho de uma maneira bem viva.

# Na passarela, 'Like a Virgin'



Aplaudidas por mães emocionadas, Verônica Calixto, 19 anos (acima), Amanda Borges, 16 (no alto, à dir.), e Kátia Oliveira, 22, ganharam o concurso Garota Madonna, em São Paulo. Na passarela, elas provaram ter aprendido as lições eróticas da professora. "Antes me constrangia. Hoje, me masturbo sem culpa", diz Verônica, a vencedora



Candidatas a Madonna miram o seu ideal no corpo construído da megastar: um coquetel de taras e músculos

Medidas da Madonna estimadas por professores da Runner e da Fórmula



Altura: 1,60m  
Peso: 47Kg

Punho: 13cm

Antebraço: 24cm

Braço: 30cm

Busto: 85cm

Cintura: 62cm

Quadril: 85cm

Coxa: 52cm

Panturrilha: 35cm

Canela: 27cm

Tornozelo: 17cm

Composição do corpo:  
15% de gordura  
45% de músculo  
13% de osso  
27% de líquido

Revista Isto É  
03/11/1993

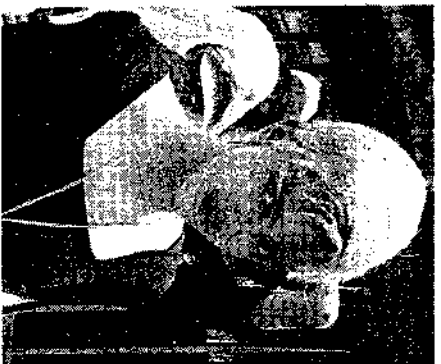
## PERSONAGENS



**A ACAMPADA** - A dona de casa Dolores Aragon, que afirmou ter "perto de 36 anos", acompanha da de um sobrinho, acampou em frente ao estádio do Morumbi desde segunda-feira de manhã para ver o show de Madonna. Era a mais velha dos acampados. "Quero ver ela de perto. Também cheguei dois dias antes no show do Michael Jackson. Tenho muito pique." Nos três dias, ela se alimentou de frutas, biscoitos e pão, e dormiu em uma cadeira de praia. (DA)



**A MORADORA** - Entre barulhos de apitos e a gritaria do pessoal que estava na fila para o show, a dona de casa Alice Lerner, 59, tentava explicar na sacada de sua casa, ao lado do estádio do Morumbi, o que achava do dia de ontem. "É um inferno. Não se pode sair de casa. Há dois dias que não durmo. Essas pessoas são fânicas, ficam cantando e fazendo barulho à noite. Hoje está um horror. Desde cedo eles ficam tocando a campainha para usar o banheiro ou telefonar." (DA)



**A 'COVER'** - Na entrada do estádio, todos concordavam que Carla Bonesso, 15, era a mais parecida "cover" de Madonna. "Procuro acompanhar o jeito que ela está se vestindo sempre, e só." Ela faz apresentações imitando a cantora desde os 13 anos. "Quero ser uma das primeiras a entrar. Eu amo Madonna, nunca vou deixar de amá-la. Sempre vou tentar ser como ela. Minha esperança é que não seja só um show, que ela olhe para mim, que encoste em mim." (DA)



Foto: Marcelo Soudh/folha Imagem

**OS PUNKS** - O estudante de segundo grau Vanderson Gonçalves, 18, e a cabeleireira Meyling Zapata, 21, fizeram questão de dizer que só foram ao Morumbi para trabalhar. "A gente é punk e não gosta de Madonna. Gostamos de Sex Pistols e Toy Dolls." Eles vendiam cartazes da cantora a CR\$ 1.000,00. "A venda está fraca porque os fãs dela são um monte de sovins." Na opinião de Ling, as músicas de Madonna "não dizem nada". "As letras são vazias." (DA)



## Sósia “engana” fãs

### fingindo ser a cantora

#### Cover passeia no furgão de Madonna

Da Sucursal do Rio

Uma sósia de Madonna agitou a zona sul carioca na noite de quinta-feira. Lena Cabral, 16, causou “frisson” no restaurante Volá, na boate Le Boy (ponto de encontro de homossexuais masculinos) e na boate Hippopotamus, onde enganou os clientes imitando o jeito e usando roupas parecidas com as da cantora. Na Le Boy, ela pôs para dançar o playboy Jorge Guinle.

A idéia do passeio partiu da atriz e “socialite” Georgiana Guinle, filha de Guinle, que trabalha como uma espécie de empresária da sósia. Ela contou que conseguiu “emprestado” com o empresário Henrique Himz o furgão que serve à cantora, para dar mais veracidade à aparição da falsa Madonna.

Lena passou a tarde de quinta-feira na piscina do Hotel Caesars Park, onde recebeu muitos pedidos de autógrafos de hóspedes que pensavam tratar-se da verdadeira Madonna. Georgiana providenciou uma roupa feita para a sósia circular pela noite.

Lena, que cursa o supletivo do 2º grau, disse que pretende formar, junto com a modelo Adriana Bitencourt, 19, um conjunto musical “diferente de tudo que existe”. Ela adotou o visual de Madonna há dois anos.

Apenas uma vez Lena se utilizou disso profissionalmente: foi no começo deste ano, com uma performance na boate “Steel Power”, em Petrópolis. “Algumas pessoas me aconselharam a buscar um espaço próprio.”



## O currículo roqueiro dos "covers"

Fred Mercury não morreu. Se depender de George, um "cover" que há três anos adalou o mesmo sobrenome do vocalista do Queen, ele vai estar, de carne e osso, nos palcos de bares, clubes e ginásios. Incógnito, como representante comercial numa locadora de veículos em Santos, George não se parece com Mercury, pelo menos no visual. Entretanto, quando abre a boca, resgatando o show de Wembley e tantas coisas do Queen que vieram depois de 86, ele afirma sua semelhança.

Antes de cantar com sua banda, George Mercury fazia shows acústicos à base de violão e voz. Com o grupo formado por Adilson (baixo), Márcio Bach (guitarra), Bantian (teclados), Renato (bateria), ele pondera que o som está cada vez mais parecido com o do Queen. "O cuidado é tanto que os músicos estudam, timbre por timbre, as gravações originais da banda", afirma.

Fã incondicional de Fred Mercury - e do Queen -, George é um colecionador que, eventualmente, acode FMs com discos, depoimentos e "caixas" ao vivo. Na platéia que lotou o estádio do Morumbi, em 81, o no Rock in Rio, em 84, quando o Queen esteve no Brasil, o vocalista avalia suas idas aos shows como oportunidades para conhecer a performance da banda. "Também fui à Argentina, em 81, para vê-la de perto", lembra.

O perfeccionismo dos músicos do Queen "cover" extrapolou para o figurino. "Todos os detalhes foram criteriosamente passados para um estilista", diz. Tudo

isso, segundo George Mercury, contribui para agradar os olhos - e principalmente os ouvidos - de um público que não tem menos de 25 e mais de 32 anos.

### Claptonianos

Ricardo Melchior tem um nome associado aos Incríveis, ao Jet Black's, à Celly Campello e a alguns nomes da Jovem Guarda. Entretanto, quando se une a Marinho Testoni, músico que acompanhou, entre outros, Rita Lee, Glória Gaynor e o grupo Casa das Máquinas, ele é parte da banda Claptoniana.

Com Albor Neves, baterista de Guilherme Arantes e Sá & Guarabira, mais Maurício Caggiano, o baixista da Claptoniana, eles ganham as platéias fazendo "cover" de Eric Clapton, o mito da guitarra elétrica.

Como amostra do show, a Claptoniana revela parte de seu repertório. Como não succumbir a "Layla", "She don't lie (Cocaine)", "Bad Love" e ao sucesso atual, "Tears in Heaven", coltas consagradas por algumas estatuetas do Grammy que o compositor conseguiu abocanhar?

### Rollam as pedras

Rollaram as pedras do rock, mudaram os guitarristas, mas o Rolling Stones Cover está aí, há seis anos. A banda, que tem na formação original o vocalista Andrew, os guitarristas Alexandre e Ruben, o baixista Sérgio e o baterista Celso, costuma cumprir uma agenda mensal de oito shows.

Com pelo menos 80 composições dos Stones, o baterista Celso Geiz afirma que, para cada pé-



Ricardo Melchior, vocalista da Claptoniana, um grupo que reverencia o mito da guitarra elétrica.



Rolling Stones Cover: um repertório diferente para cada público.

blico, há um show diferente. "Tudo depende da idade da platéia", diz. "Se há mais jovens, o repertório, vem recheado de músicas atuais".

Além dos vídeos, revistas e reportagens sobre os Stones, a principal fonte de inspiração para a banda "cover" se tornam cada

vez mais parecida com o grupo de Mick Jagger, está nos discos. "Somos colecionadores e membros do fa-clube dos Rolling Stones no Brasil", afirma. Como roqueiros assumidos, os shows que a banda faz costumam ter um algo a mais: "é o toque pessoal nas composições", termina Celso.

## RESTAURANTES TÊM GARÇONS PERFORMATIVOS



Roberta Dadda/Alfa Imagem

Garçons performativos dançam reproduzindo a cena do concurso de twist do filme "Pulp Fiction" no restaurante no Beverly Hills, em Moema

Folha de São Paulo  
28/03/1996

## RESTAURANTES TÊM GARÇONS PERFORMÁTICOS

### da Reportagem Local

Ser recebido num restaurante por garçons fazendo números circenses ou subindo nas mesas com chapéus extravagantes está virando programa em São Paulo.

Pelo menos dois restaurantes instalados há menos de seis meses na cidade têm garçons que, além de anotar os pedidos, também representam, fazem performances e se vestem de maneira diferente.

No TGI Friday's, aberto em Moema, na zona sul, há cinco meses, eles só atendem ajoelhados, para que o cliente não tenha que olhar para cima. Mas também podem rebolar, subir nas mesas e sentar ao seu lado a qualquer momento.

Esse modo de servir faz sucesso e provoca grandes filas de espera na porta do restaurante. "Chegamos a ter espera de mais de uma hora nos fins-de-semana", diz Eduardo Alves de Lima, gerente do Friday's.

Os cerca de 70 garçons e 10 bartenders são treinados para ser diferentes, e recebem um uniforme bá-

sico com o mínimo necessário para ser extravagante.

No Beverly Hills, os clientes assistem a performances, números de circo e cenas de filme representadas por atores profissionais de teatro.

A idéia partiu do norte-americano David Stefanski, um dos sócios do restaurante, inspirado em bares de Nova York.

Segundo Marcelo Mattar, outro sócio do Beverly Hills, mais de 60 candidatos foram aos testes para a contratação dos seis garçons-atores do bar.

"Escolhemos pela técnica e pela versatilidade. Era importante falar também inglês ou francês", afirma Mattar, para quem os garçons são fundamentais para aumentar o número de clientes. "Eles ficam amigos", diz Mattar.

**BEVERLY HILLS** - av. Jurucê, 1001, Moema; tel. 241-3840

**TGI FRIDAY'S** - r. Antônio Joaquim de Moura Andrade, 737, Vila Nova Conceição; tel-885-8580

## Maioria é ator ou estuda teatro

### da Reportagem Local

Muitos dos garçons-atores são atores profissionais ou estudantes de teatro para quem o trabalho à noite em um restaurante é um bom acréscimo no orçamento e acrescenta experiência.

"Garanto uma renda fixa para poder ensaiar minhas peças", diz Cesar Guirao, ator há nove anos.

No Beverly Hills, todos têm cursos de teatro e muitas vezes são liberados para ensaiar suas peças.

Guirao já fez vários cursos e atuou em peças como "O Diário de Anne Frank", no ano passado. Para Guirao, 30, o trabalho de gar-

çon é uma possibilidade de aprender mais. "A gente se exercita e está sempre ganhando em técnica e capacidade de improvisação."

Segundo ele, as cenas preferidas dos clientes são as dos filmes "Pulp Fiction" e "Casablanca".

Eles fazem cerca de cinco esquetes por noite, além de números de circo.

No Fryday's, eles são os preferidos pelos gerentes. "Procuramos pessoas com perfil diferente, e eles sempre se destacam", diz Alves de Lima, do Fryday's.

Segundo ele, as esquetes de teatro aos sábados fizeram grande sucesso e podem voltar.



Os sócias (da esq. à dir.) de Danny De Vito, Sean Connery, Eddy Murphy, Woody Allen, Tom Cruise, Anjelica Houston, Liz Taylor e Madonna

## Sócias de famosos aproveitam fama

Paulistanos que têm 'a cara' de atores famosos dão autógrafos, recebem beijos e cartas

da Reportagem Local

Quando saiu do cinema após assistir uma sessão de "O Nome da Rosa", em 1986, o professor de jiu-jitsu Flávio Behring, 58, sentiu que todas as pessoas da fila olhavam para ele, mas não entendeu por quê. Até que ouviu alguém dizer: "Olha o homem do filme". "Era o Sean Connery. Olhei para o cartaz do filme e realmente estava parecido."

Depois desse dia, Behring se acostumou aos comentários. "Uma vez estava num avião indo

do Havaí para Los Angeles quando uma comissária de bordo me disse: 'me dá um autógrafo'. Expliquei que não era o ator."

Nos meses próximos ao Oscar, todos afirmam que o "assédio" é maior. "Com o Oscar as pessoas lembram mais", diz Behring.

O agente de viagens Marco Covello, 28, que trabalha na Dimensão (Moema), também já deu autógrafos. Covello diz que há um mês entrou em uma loja em Orlando (EUA) quando começou um "tititi".

"Muitas vieram conversar co-

migo. Acho que era para olhar de perto e saber se eu não era mesmo o Tom Cruise. Depois me pediram autógrafo mesmo sabendo que eu não era ele", diz.

Covello afirma que já recebeu até cartas de fãs, que se dirigiam a ele como Tom Cruise.

O vendedor Jorge Marcos da Silva, 33, percebeu que era parecido com o Danny De Vito quando trabalhava em uma loja em Miami (EUA). "As pessoas falavam o tempo todo disso. Principalmente se havia algum filme dele em cartaz."

Ele conta que a partir daí começou a brincar com a semelhança. "Alugava uma limosine com uns amigos para que todos pensassem que eu era o De Vito. Uma vez uma americana se aproximou e me deu um beijo."

Para ele, De Vito é uma "figura divertida". "Me identifico com ele. Sou um pouco mulherengo e divirto os amigos." (LM)

Os smokings usados pelos sócias foram cedidos pela Maison Collection (al. Nhambiquara, 1.133, Moema, tel. 011/531-3718), e as camisetas da seleção, pela Bayard (shopping Ibirapuera). As fotos foram tiradas no teatro da Faap, no Pacaembu, zona oeste de SP.

Folha de São Paulo  
24/03/1996



Flávio Behring, José de Barros, Siomara Schroder e Marcos Covello (atrás); Anna Junqueira, Jorge M. da Silva, Simone Pereira e Dino Arino

## 'Dublês' de atores não assistiram, mas vão torcer

da Reportagem Local

A maioria dos oito sócias ainda não viu "O Quatrilho", mas todos dizem que vão "torcer muito pelo filme".

"O filme é ótimo. Um dos melhores brasileiros que já vi", afirma a atriz Siomara Schroder, 30,

sósia de Anjélica Houston. Para ela, o melhor filme do ano é "O Carteiro e o Poeta", de Michael Radford, um dos cinco concorrentes ao Oscar de melhor filme.

Ao contrário da maioria, o agente de viagens Marcos Covello não gostou de "O Quatrilho". "É chato. Se ganhar, vai ser o

azarão do Oscar. Mas estou torcendo mesmo assim, pelo Brasil", afirma.

A esteticista Anna Junqueira afirma que vai ficar em casa com a família para assistir à cerimônia. "É uma vitória do Brasil", diz. Além de sócia de Liz Taylor, Anna diz que é a maior admira-

dora da atriz. "Ela é linda e costuma ser outra razão para que eu assista ao Oscar."

O ator Dino Arino, sócia de Woody Allen, nunca perde um Oscar. "Neste ano eu tenho mais uma razão para ficar em casa vendo o programa. Vai ser bom ter um filme nosso lá." (LM)