

SAIDEL, Henrique. **Por uma cena kitsch: Claymara Borges e Heurico Fidélis, covers, fakes e afins.** Porto Alegre: UFRGS. UFRGS; Professor Adjunto A. Diretor de teatro, performer, curador e colecionador de brinquedos.

RESUMO

Apresento algumas reflexões que fazem parte da minha pesquisa sobre artistas cover e seus desdobramentos nas artes cênicas e performáticas contemporâneas: o cover como catalizador e questionador de dualismos como originalidade/cópia, verdadeiro/falso, bom gosto/mau gosto, presença/ausência, arte/vida, além de autorias e identidades. Para entender o universo do cover, o kitsch surge como conceito operador. Se, etimologicamente, kitsch quer dizer trapacear, vender alguma coisa em lugar do que havia sido combinado, o cover é kitsch na medida em que, em sua precariedade assumida e festiva, finge ser aquilo que não é. O kitsch também é cover na medida em que substitui um objeto impossível por uma versão mais acessível, nem que para isso precise se contentar com um falso e edulcorado objeto e/ou artista “genérico”. Para pensar e propor uma cena kitsch, irônica e (auto) crítica, sugiro um olhar sobre a dupla-fake *Claymara Borges e Heurico Fidélis*, programa performativo de Lucília de Assis e Alexandre DaCosta. Ativos de 1991 a 1996, Claymara e Heurico foram figurinhas fáceis nos circuitos artísticos do Rio de Janeiro e de São Paulo, parodiando clichês de fama e sucesso. Com seus figurinos e acessórios kitsch, Claymara e Heurico tocaram suas músicas românticas e performaram em diversos contextos midiáticos, conquistando inúmeros fãs. Em 2010, quatorze anos após o desaparecimento da dupla-fake original, Lucília e Alexandre apresentaram o show *Viva! Claymara Borges & Heurico Fidélis Não Morreram*, no qual interpretaram Douglas e Gislaine, dois fãs de Claymara e Heurico que são covers dos seus ídolos. Lucília é Gislaine que é Claymara. Alexandre é Douglas que é Heurico. Ou seria o contrário? Lucília e Alexandre são, portanto, covers de si mesmos, copiando uma performance que eles mesmos haviam criado. Mas... quem cria quem? Quem copia quem? Que presença, que performatividade emerge daí? Que caminhos o cover e o kitsch percorrem na instauração dessa cena disruptiva e criticamente irônica?

PALAVRAS-CHAVE: Performance: Cover: Kitsch: Fake: Ironia.

RESUMÉ

Dans cet article, je présente quelques aspects de ma recherche sur l'artiste sosie et ses déploiements dans les Arts de la Scène et dans la Performance Art contemporains : le sosie opère comme catalyseur des dualismes tels que original/copie, vrai/faux, bon goût/mauvais goût, présence/absence, art/vie, mais il permet aussi d'interroger chacune de ses dichotomies au-delà des questions liées à l'auteur et à l'identité. Pour comprendre l'univers du sosie, le concept de kitsch peut être un bel outil. Si, étymologiquement, kitsch signifie « tromper », vendre une chose alors que l'on avait promis une autre, le sosie est kitsch dans la mesure où dans sa précarité assumée et festive, il fait semblant d'être ce qu'il n'est pas. Le kitsch, à son tour, est un sosie, dans la mesure où il remplace un objet inatteignable pour une version plus accessible, même si, que pour cela, il faille se contenter d'un objet faux et edulcoré et/ou d'artiste « générique ». Pour citer et interroger une scène kitsch, ironique et

(auto) critique, je propose d'observer le duo-fake Claymara Borges et Heurico Fidélis, l'ensemble d'actions performatives de Lucília de Assis et Alexandre DaCosta. Actifs de 1991 à 1996, Claymara et Heurico ont été très présents dans les circuits artistiques de Rio de Janeiro et de São Paulo en faisant des parodies de clichés à succès. Avec leurs costumes et accessoires kitsch, Claymara et Heurico jouent des musiques romantiques et font des performances dans divers contextes médiatiques, et ils ont ainsi conquis de nombreux fans. En 2010, quatorze ans après que le duo-fake original a été dissout, Lucília et Alexandre ont présenté le show « Viva ! Claymara Borges & Heurico Fidélis Não Morreram », dans lequel ils ont joué Douglas et Gislaine, deux fans de Claymara et Heurico qui sont des sosies de leurs idoles. Lucília est Gislaine qui est Claymara. Alexandre est Douglas qui est Heurico. Ou bien serait-ce l'inverse ? Lucília et Alexandre sont, donc, des sosies d'eux-mêmes lorsqu'ils copient une performance qu'eux-mêmes avaient créée. Mais... qui crée quoi ? Qui copie quoi ? Quelle présence, quelle performativité peuvent émerger de tout ceci ? Quels sentiers parcourent le sosie et le kitsch avec une telle scène disruptive et critiquement ironique ?

MOTS-CLÉS: Performance: Sosie: Kitsch: Fake: Ironie.

1993, Rio de Janeiro, Cinelândia. Em frente ao Teatro Municipal, diversos carros e táxis estacionam, trazendo dezenas de pessoas ansiosas para o concorrido evento que começa a seguir: o Prêmio Sharp da Música Brasileira, principal premiação nacional concedida a artistas e demais profissionais da área musical. Fãs, jornalistas e curiosos se amontoam para ver seus ídolos entrarem no suntuoso prédio. Flashes pipocam por entre os seguranças que protegem as celebridades que por ali passam. Em meio ao alvoroço, um carro de luxo para e abre suas portas. Dois seguranças abrem passagem e escoltam a saída dos ocupantes do veículo. Um jornalista corre em direção aos dois artistas que surgem, em toda a sua elegância. O grupo de curiosos não reconhece de imediato quem está ali, mas se convence de que se trata de artistas de destaque – eles tem seus próprios seguranças, seu próprio carro de luxo e são abordados por repórteres – e que devem ser devidamente recepcionados e admirados. Mas afinal, quem saiu de dentro daquele carro? A resposta: eles, a dupla Claymara Borges e Heurico Fidélis.

Quem são Claymara Borges e Heurico Fidélis? Como conseguiram alcançar tamanha fama e sucesso? A primeira resposta é tão enigmática quanto a chegada da dupla no Teatro Municipal: Claymara não é Claymara, Heurico não é Heurico. Eles não são quem são. Claymara é Lucília de Assis, atriz, dramaturga e roteirista de Niterói. Heurico é Alexandre Dacosta, ator, compositor e artista visual carioca. No

início dos anos 90, Lucília e Alexandre criaram dois personagens: um casal de cantores de música popular brasileira (música brega, mas também sertanejo e outros estilos), com canções próprias (Lucília escreve as letras, Alexandre compõe as músicas), biografias, visualidades e comportamentos próprios, e uma carreira própria. Cansados da sensação de estarem sempre começando e de ouvirem pessoas cobrando sucesso de seus empreendimentos, Lucília e Alexandre foram determinados: Claymara e Heurico seriam, desde sempre, famosos e reconhecidos.

Nada de começar do zero, galgando aos poucos os degraus do reconhecimento profissional e do retorno financeiro: o ponto zero, para Claymara e Heurico, era o sucesso consumado, o estrelato. Ao contrário da maioria das personagens fictícias, que permanecem dentro de seus livros, de seus palcos, de suas telas, Claymara e Heurico atuavam naquilo que poderia ser chamada de “vida real” – a cidade e seus eventos, as instituições de arte, as rodas de amigos, a imprensa tradicional, a rádio e o comércio local, etc. O palco de Claymara e Heurico era o próprio Rio de Janeiro, e seus colegas de cena eram todos os habitantes que com eles interagiam. Ficção que perfura a fronteira entre arte e vida, plasmando-se no tecido cotidiano da urbe. E não qualquer vida: trata-se da vida das celebridades, dos círculos sociais da zona sul carioca, dos artistas contemporâneos que expõem e vendem sua arte nas instituições da capital fluminense, dos rodeios e outros eventos onde a música brega e sertaneja é bem acolhida.

Mas, se o passado de glória da dupla tinha sido inventado e era apresentado e sustentado com uma desfaçatez inquebrantável, o presente de sucesso era, de fato, real. Assim como dinheiro gera dinheiro, sucesso também gera sucesso. Mergulhados no circuito auto-alimentado do mundo do entretenimento, Claymara e Heurico viram sua atuação e seu sucesso “de mentira” transformarem-se em “de verdade”. Nos quase seis anos de atuação da dupla, entre 1991 e 1996, não faltaram aparições, ações e reverberações em diversos nichos da cultura pop. Figurinhas fáceis nos círculos artísticos do eixo Rio-São Paulo, Claymara e Heurico alcançaram mais sucesso do que inúmeros artistas “autênticos”. Como dizer que Claymara e Heurico não existiam, que não eram reais? Afinal, o que é ser real? A dupla realizou shows, exposições, desfiles de moda, lançou uma grife de roupas e acessórios, participou de programas de televisão e rádio, cantou e vendeu seus produtos em eventos de moda e feiras agropecuárias, abriu uma loja em Niterói. A ficção de Claymara e Heurico tornou-se real? Ou a realidade foi englobada e

absorvida pela ficção de Claymara e Heurico? No universo do pop, isso pouco importa.

Dramaturga, Lucília escrevia as falas e os enredos, inventava a biografia dos personagens; desenhava e confeccionava as roupas e os acessórios. Músico, Alexandre criava as melodias de todas as canções, definindo o rumo musical da dupla (primeiramente centrado no brega e no sertanejo, e mais tarde rumando para outros estilos mais “modernos”); artista visual, fazia a ponte entre a dupla e o círculo de artistas contemporâneos da cidade. Atores e cantores, Lucília e Alexandre seguiam o roteiro e atuavam como se estivessem em uma grande peça de teatro – uma peça musical com seis anos de duração. Mas, então, a vida e a carreira de Claymara e Heurico não passam de teatro? Talvez. Talvez o teatro de Claymara e Heurico seja tão extenso e intenso, que ultrapasse a si mesmo, que extrapole a construção ficcional característica do teatro e se torne outra coisa.

Ecoando as ironias da pop art de Andy Warhol, Lucília e Alexandre criaram uma obra performática que explicita e questiona o *modus operandi* da indústria cultural, atuando dentro da própria estrutura que pretendiam problematizar: o mundo das celebridades. A auto-hiper-exposição da dupla chama a atenção para o processo viciado de criação e ostentação de um artista de sucesso na indústria do entretenimento; um artista fake, sem passado, ou melhor, com um passado inventado. Se os “ídolos fabricados” descritos por André Barcinski (2014) foram criados por produtores e empresários do ramo musical, visando a aceitação fácil do público do mercado fonográfico da época e a geração instantânea de sucesso e lucro, Claymara e Heurico também são ídolos fabricados, porém auto-fabricados, criados por si mesmos, visando não apenas o lucro e a fama, mas justamente a crítica dessa busca insana por lucro e fama. Um dos poderes da ironia: criticar o opositor, agindo furtivamente como o opositor. Provocação que afronta: expor a si para expor o outro, expor o ridículo de si para expor o ridículo do outro. Vendidos e vendáveis, os ídolos fabricados são, em última instância, impostores. A acusação é séria: dizer que alguém é impostor é dizer que esse alguém não é ele mesmo, ou não se apresenta e age como ele mesmo; é duvidar da sua idoneidade, do seu caráter; é chamá-lo de trapaceiro, de mentiroso, de mau-intencionado; é rebaixá-lo ao nível daqueles que não agem de acordo com o que se espera deles. O impostor substitui a (boa) postura pela impostura. Diz o dicionário:

Impostura s.f. ação de impostor. **1** artifício que consiste em apresentar-se com identidade, títulos ou personalidade que não são os seus próprios, com o propósito de enganar. **2** p. ext. mentira artilosa; logro, fraude, embuste, impostura. **3** p. ext. característica do que é hipócrita; falsidade, hipocrisia, fingimento. **4** p. ana. afetação de importância, bazófia, paparrotada. **5** presunção, vaidade exagerada; impostura. **6** p. met. tira de pano preso ao anzol como isca para peixe; engodo. (HOUAISS; VILLAR, 2001, p. 1583).

Claymara e Heurico são impostores, cumprindo à risca os itens enumerados. Mas a quem eles querem ou conseguem enganar? Qual é a fraude que eles cometem? A impostura, com todas as suas artimanhas e técnicas de atuação e persuasão, surge como estratégica criativa e performática que coloca em xeque o domínio pétreo da Identidade, do Verdadeiro (em oposição ao Falso), do Previsível, do Mesmo. O impostor é o algoz do Mesmo (DELEUZE, 2006): simulacro de identidade, simulacro de gente que embaralha a certeza e a esperança em um mundo imutável e domesticável. O impostor desafia a verdade criando uma nova verdade. Uma performance da impostura é irônica e subversiva, brinca com os estilhaços da identidade, criando novas identidades, para mostrar que não há identidade uma possível, para dizer que toda e qualquer identidade é mera construção mais ou menos consciente e que, por isso mesmo, pode ser recriada e revivida. É bom lembrar, entretanto, que toda impostura é ambivalente: nem sempre seus dotes iconoclásticos são utilizados de forma libertária ou ética. Assim como a ironia e outros métodos de desconstrução, a impostura pode servir aos mais variados propósitos, dos mais aos menos elogiáveis.

A impostura de Claymara e Heurico possui uma especificidade: ao contrário de outros impostores, Lucília e Alexandre se fazem passar por pessoas até então inexistentes. Eles não tomam o lugar de ninguém: eles criam o próprio lugar, ocupando o lugar de alguém que nunca existiu, valendo-se de uma proto-identidade que não se vinculava a nenhuma pessoa em particular. Claymara e Heurico são impostores que se passam por eles mesmos. Ao fingir ser o que realmente são, eles assumem-se como simulacros de si mesmos, como cópias sem original, como covers sem modelo coverizável, como superfície que se dobra e constitui a si mesma.

Um outro aspecto pertinente é a alcunha que eles receberam por parte da imprensa: “uma dupla fake”. O vocábulo *fake*, do inglês, pode ser traduzido diretamente como *falso*. Por que, então, utilizar o termo em inglês – agora já devidamente incorporado pela língua brasileira contemporânea? Para além do

costume ora colonizado ora antropofágico de se abraçar termos de outros idiomas, pode-se arriscar que, no uso corrente, há uma sutil diferença entre o fake e o falso. O fake é o falso, mas um falso dotado de mais intencionalidade, intimamente ligado à simulação de identidades e comportamentos sociais. Como o impostor, o fake é aquele que finge ser o que não é, para obter algum tipo de benefício. O fake é uma das manifestações possíveis do simulacro, enquanto cópia que não copia nada além de si mesma.

Claymara e Heurico são fakes na medida em que escondem a “verdadeira identidade” de Lucília e Alexandre, simulando uma vida e uma carreira especialmente criadas para ser e agir dentro das engrenagens do pop. Claymara e Heurico são covers de todos os artistas/ídolos fabricados ao longo da história. Não de um artista ou dupla de artistas específicos, mas de todos aqueles que “se venderam” à máquina do pop e que desejaram ter seus quinze minutos de fama. Artífices e artefatos da reprodutibilidade técnica, Claymara e Heurico são como reproduções múltiplas que desconhecem qualquer original: eles não são ninguém, pois são todo mundo. Esse *cover performático* surge, então, como corporificação enfiada e crítica de um certo imaginário de sucesso e originalidade. Como aparição concreta de um estranho déjà-vu, de uma pseudo-memória compartilhada por todos os habitantes da cultura pop. O cover performático coveriza o incoverizável: como ser cópia de algo que não existe?

O reinado do fake pode ser relacionado, em certa medida, com a forte capilarização da cultura pop norte-americana. Paraíso do kitsch, os Estados Unidos da América são, grosso modo, um emblema/vitrine das potencialidades do fake. A americanização do mundo é um fato verificável em inúmeros setores. E é preciso frisar que a americanização é algo que afeta não apenas os outros países, mas também os próprios Estados Unidos. Segundo Jaap Kooijman (2008), a americanização adota como modelo cultural um Estados Unidos idealizado e inexistente, que acaba sendo imposto – via mídia, arte, produtos de consumo cotidiano, pressão econômica, política internacional, demonstrações e ações policiais e militares – a cidadãos de dentro e de fora das fronteiras norte-americanas. Certamente, o fake não é uma invenção estadunidense, mas é na cultura norte-americana que ele ganha força e contornos mais sedutores. Para analisar o processo de americanização dentro da cultura pop holandesa, Kooijman utiliza os conceitos de *hiper-realidade* e de *absolute fake* – ou *fake absoluto*, ou (como na

tradução brasileira) *Falso Absoluto* ou *todo falso* –, conceitos criados por Umberto Eco (1984) para descrever e comentar a sua viagem pelos EUA na década de 1970. Ao analisar sua visita à Lyndon B. Johnson Library, Eco sublinha algumas características do fake:

Construir um modelo um por um do gabinete da Casa Branca (utilizando os mesmos materiais, as mesmas cores, mas tudo obviamente mais laqueado, mais berrante, subtraído à deterioração) significa que, para que a informação histórica passe, ela deve assumir o aspecto de uma reencenação. Para falar de coisas que se pretende conotar como verdadeiras, essas coisas devem parecer verdadeiras. O “todo verdadeiro” identifica-se como o “todo falso”. A irrealidade absoluta se oferece como presença real. No gabinete reconstruído, a ambição é fornecer um “signo” que se faça esquecer enquanto tal: o signo aspira a ser a coisa, e a abolir a diferença do remeter, a mecânica da substituição. (ECO, 1984, p. 13).

Qualquer semelhança entre o “todo falso” (chamado de Falso Absoluto em outros trechos do livro) e o kitsch não é mera coincidência. A reencenação do fake é a reencenação do kitsch, que se desdobra na reencenação do cover. E, na realidade do fake-kitsch-cover, não basta ser verdadeiro, tem que *parecer ser* verdadeiro. A aparência, a superfície é a realidade do fake. O fake não é *outra* coisa, o fake é a coisa. Assim como o simulacro, o fake é. Eco faz sua leitura dos prodígios tecnológicos e dos efeitos mirabolantes da Disneylândia, comparando a biosfera de metal e plástico do parque de diversão com a biosfera “real” da natureza.

Nesse sentido a Disneylândia não só produz ilusão, mas – ao confessá-la – estimula seu desejo: um crocodilo verdadeiro também se encontra no jardim zoológico, e quase sempre está cochilando e escondido, enquanto a Disneylândia nos diz que a natureza falsificada responde muito mais às nossas exigências de sonhar de olhos abertos. Quando, no espaço de vinte e quatro horas (como, de propósito, me aconteceu de programar) se passa da New Orleans fictícia da Disneylândia à verdadeira, e do rio selvagem de Adventureland a uma viagem no Mississippi, onde o capitão do barco de roda de pá adverte que é possível ver nas margens do rio crocodilos que depois acabam não sendo visíveis, arrisca-se a ter saudade da Disneylândia, onde os animais não se fazem de rogados. A Disneylândia nos diz que a técnica pode nos dar mais realidade que a natureza. [...] O prazer da imitação, já o sabiam os antigos, é um dos mais inatos à alma humana, mas aqui, além de se desfrutar uma imitação perfeita, desfruta-se a persuasão de que a imitação tenha atingido o próprio auge e que daqui em diante a realidade lhe será sempre inferior. (ECO, 1984, p. 56 e 58).

A hiper-realidade é realidade do fake – uma realidade que vai além da própria realidade, além de si mesma, e retorna como simulacro. A realidade kitsch da Disneylândia é moldada de acordo com as expectativas daqueles que querem uma

aproximação mais fácil e garantida com a natureza – nem que, para isso, seja preciso construir uma nova e fictícia natureza. O falso é mais real e apreensível do que o verdadeiro, e, por isso mesmo, mais íntimo e sedutor. O falso não se preocupa em ser real – ele é hiper-real. Por isso, não é à toa que Claymara e Heurico assumem deliberadamente a sua vocação kitsch: bregas até o último fio de cabelo, toda a sua visualidade, sua sonoridade, seu comportamento são kitsch, cheios de pose, brilho e diversão. Também não é à toa que a vida de Claymara Borges e Heurico Fidelis era, por vezes, mais interessante que a vida de Lucília de Assis e Ricardo Dacosta.

LUCÍLIA: Mas, de uma certa forma, a gente foi se divertindo muito com isso. A gente só pensava nisso. Para a gente viver sendo eles, não custaria. Dependendo da demanda de trabalho, e ter que estar nos eventos como performers, a gente faria eles tranquilamente. Porque eu mesma que escrevia os textos, e ficava fabricando as coisas, o tempo todo. Então, tua cabeça fica meio assim... Não custa nada você viver para isso.

HENRIQUE: Porque eles não eram personagens de palco, né? Eles tinham toda uma vida...

LUCÍLIA: Todo um universo! Tem onde eles nasceram, onde se conheceram, quem eram os pais... A gente criou tudo isso.

ALEXANDRE: É como ela falou sobre a demanda. Quando a gente ia em algum lugar, até preferia ir de Claymara e Heurico! Era muito mais divertido!

LUCÍLIA: Era muito mais divertido estar como eles do que como a gente! Por que a gente vira isso [aponta para si mesma], fica chato... (ASSIS; DACOSTA, 2016).

Hiper-real, fake e kitsch, a vida impostura de Claymara e Heurico ultrapassou os limites da ficção e instalou-se na vida de Lucília e Alexandre. Nada mais tentador do que poder ser e agir quando bem entender como outra pessoa (posto que essa outra pessoa é, em última instância, você mesmo), ser e agir como quiser, criando-se e recriando-se constantemente, e divertindo-se com a própria (re)invenção. No universo do fake, a relação criador/criatura é problematizada e subvertida. Eis a arte da performance: quando as fronteiras entre arte e vida, entre ficção e realidade são perfuradas e esgarçadas ao ponto de misturarem-se; quando um projeto artístico (um programa performático) ganha tal dimensão que acaba por englobar e conduzir (parte da) a existência do artista, transformado em performer que aciona a(s) própria(s) vida(s).

Mas do que se fala quando se fala sobre *kitsch*? Mestre das medianidades e, principalmente, das proximidades e dos convívios, o kitsch ganha contornos doces e purpurinados no que Abraham Moles (2007) identifica como um dos modos de

relação das pessoas com o ambiente constituído por um conjunto de coisas, situações ou objetos: o modo ou a posição kitsch.

A posição Kitsch situa-se entre a Moda e o conservantismo, como a aceitação da “maioria”. Neste sentido, o Kitsch é essencialmente democrático: é a arte do aceitável, aquilo que não choca nosso espírito por uma transcendência fora da vida cotidiana. [...] O Kitsch está ao alcance do homem, ao passo que a arte está fora de seu alcance, o Kitsch dilui a originalidade em medida suficiente para que seja aceita por todos. [...] O Kitsch é a arte da felicidade e qualquer chantagem à felicidade da civilização será também uma chantagem ao Kitsch. Aí reside a universalidade do Kitsch. (MOLES, 2007, p. 32 e 33).

O kitsch desdenha de toda Arte com A maiúsculo e empenha-se em criar objetos e proporcionar ambientes e situações medianas, não-ofensivas e que possam agradar ao maior número de pessoas possível. O kitsch é sempre aceitável, alegre e trivial. O objetivo do kitsch é a felicidade do ser humano médio e que é alcançada no cotidiano, no tempo presente, sem maiores arroubos e riscos experimentais. E nessa empreitada, o gosto da “maioria” é o fiel da balança: uma espécie peculiar de democracia estética que – é verdade – não aceita maiores questionamentos e problematizações. Uma democracia com ares de tirania.

A tarefa do kitsch é rejeitar a distância exacerbada que a arte instituída costuma ter em relação ao gosto médio da população e oferecer obras e artistas que possam estar ao alcance da mão, convivendo em harmonia com todos os outros elementos do dia a dia. O kitsch também filtra certos elementos polêmicos da arte e permite uma fruição mais tranquila e despreocupada. Se não é possível ou mesmo desejável a presença da *Monalisa* de Da Vinci na parede de todas as salas de jantar, então a reprodução de uma foto da *Monalisa*, impressa industrialmente, por exemplo, em uma caneca de porcelana, torna tudo muito mais viável e palatável – e todos podem, então, ter a sua própria *Monalisa*, mais prática, barata e completamente substituível.

Entendido como fruto da cultura burguesa, em sua vontade de domínio e reprodução, transformando tudo e todos em mercadoria serializável e consumível; o kitsch surge como o suprasumo da cópia, da multiplicação infinita de estímulos e, principalmente, de prazeres. Ao falar sobre os aspectos kitsch na obra cênica de Carmelo Bene, Éric Vautrin menciona a definição do sociólogo Jean Duvignaud: “Ele descreve o kitsch como uma vontade de redução e de imitação explícita do mundo para dele se apropriar, uma tentativa de falsificá-lo para possuí-lo – imitar é, então,

abolir uma distância e existir em si mesmo, libertado do peso simbólico do real.” (VAUTRIN, 2012, p. 107). Imitar e falsificar para possuir. Se imitar é diminuir a distância entre o imitado e o imitador, então o kitsch é um vetor eficiente para promover essa aproximação entre o consumidor e o mundo. O kitsch imita os objetos e comportamentos do mundo e os transforma em miniaturas tangíveis e apropriáveis que podem ser distribuídas e possuídas por quem as desejar. Mais do que um punhado de objetos, o kitsch é uma postura diante do mundo, um desejo de ser e de agir perante o mundo.

Para Moles, a origem etimológica do kitsch é um vocábulo alemão: “*Verkitschen*, quer dizer trapacear, receptar, vender alguma coisa em lugar do que havia sido combinado” (MOLES, 2007, p. 10). O kitsch surge, então, como catalizador da discussão natural/artificial, original/cópia, verdadeiro/falso. O kitsch é aquele que finge ser o que não é: uma calculadora de plástico que parece ser de madeira, uma cesta de vime com frutas de vidro, a *Santa Ceia* de Da Vinci impressa em papel desbotado dentro de uma grossa moldura na parede da sala de jantar, um disco com canções dos Beatles em versão “caixinha de música”, uma estátua de Michelangelo em gesso na fonte do jardim, a neve na árvore de Natal feita com bolinhas de algodão, as imagens de santos católicos moldadas em resina ou impressas com tinta furta-cor brilhante, um vaso cheio de flores de plástico coloridas que às vezes enganam até quem toca em suas folhas, um cantor que parece ser e canta como outro cantor.

Uma postura e uma arte kitsch podem servir, em certos casos, como espécie de anestésico ético e estético, como fuga ou negação do caráter questionador e criticamente incômodo da arte, como estratégia de alienação e auto alienação em relação aos meios de produção e fruição artística. Em uma abordagem analítica, os perigos do kitsch são sempre os primeiros a aparecer. Mas, ao mesmo tempo, uma postura e uma arte kitsch também podem, via ironia e humor, rir de tudo isso, apropriando-se sistemática e sarcasticamente desses elementos, conscientes de que tudo não passa de uma grande brincadeira – e uma problematização, um desafio – com padrões estéticos normativos. Possibilidades díspares, mas não excludentes: há que se escolher qual delas priorizar.

Isabelle Barbéris (2012b) sublinha uma postura ativa do kitsch, que não deixa de lado toda sua ambivalência: “Para Moles, o objeto kitsch é tal como o ato do consumo o produz. Ele não é produzido para ser consumido; é o consumo que o

produz e o amplifica.” (BARBÉRIS, 2012b, p. 197). Assim, o kitsch reserva um papel importante àquele que escolhe consumi-lo, àquele que o deseja e o possui. A existência do kitsch se dá prioritariamente pela ação do Outro: não basta ser produzido serialmente, é preciso ser consumido serialmente. Um objeto só se torna kitsch a partir de uma ação específica sobre ele exercida, a partir de um investimento decisivo de subjetividade – a subjetividade do consumidor. O consumidor/portador de objetos e comportamentos kitsch é, antes de tudo, um sujeito ativo; é nele que reside a intencionalidade do kitsch. Esse caráter ativo do modo kitsch pode ser potencializado e direcionado de diversas formas, e pode ser uma das estratégias de criação de artistas que nele se inspiram.

E, dentro desse panorama, não é difícil perceber que a sedução do kitsch é uma sedução que age não apenas individualmente: a sedução do kitsch é prioritariamente coletiva, compartilhada, estendendo-se e estabelecendo conexões entre pessoas de mesmo gosto ou visão de mundo, criando uma comunidade mais ampla. Para Milan Kundera,

O kitsch faz nascer, uma após outra, duas lágrimas de emoção. A primeira lágrima diz: como é bonito crianças correndo no gramado! A segunda lágrima diz: como é bonito ficar emocionado, junto com toda a humanidade, diante de crianças correndo no gramado! Somente essa segunda lágrima faz com que o kitsch seja o kitsch. A fraternidade entre todos os homens não poderá nunca ter outra base senão o kitsch (1985, p. 253).

O ímpeto gregário do kitsch faz dele uma espécie de denominador comum da modernidade industrial, que encontra nos objetos fabricados em série um deleite afetivo sem precedentes. Se a revolução industrial e a crescente urbanização fez com que a maioria das pessoas perdesse contato com aquilo que se convencionava chamar Natureza, os objetos kitsch parecem preencher essa necessidade de contato, de palpabilidade e satisfação cotidiana com os corpos que nos rodeiam, mesmo que, para alguns críticos, essa relação seja pejorativamente artificial e ilusória. Artifício e artificialidade a serviço de uma relação que se quer também “natural”. A fraternidade não é apenas vermelha, ela é vermelha e kitsch: todos juntos, de mãos dadas, emocionados em uma unanimidade com aroma sintético idêntico ao natural.

Rei dos disfarces, o kitsch sempre finge ser algo que não é, e essa é a sua única e sincera forma de ser. O *ser* do kitsch é um *não ser*. E, não sendo, o kitsch é.

Fingidor, imitador, impostor. O kitsch vale-se de uma semelhança (ou possibilidade de semelhança, efeito de semelhança), e incorpora/personifica em si a aparência e os traquejos do Outro – não sem alguma variação, não sem alguma diferença, uma diferença adoçada e purpurinada. Assim, uma acusação comum ao kitsch é o ataque que se faz a toda cópia. Isabelle Barbéris, organizadora do livro *Kitsch et théâtralité – Effets et affects* (2012), ao introduzir o tema da relação entre kitsch e teatro, localiza essa crítica em uma linha de pensamento neokantiana e platônica:

A crítica neokantiana retoma os elementos da crítica platônica da mimesis, da *mixis* e da impureza, ou seja, do teatro! O kitsch *imita* a arte (que já é, ela mesma, uma imitação). O artesão do objeto kitsch é um imitador vulgar esse imita e parodia o gênio criador. Ele realiza, portanto, uma mimesis ao quadrado, um *mimicry*. A desclassificação e o rebaixamento do kitsch é um avatar da condenação platônica da imagem (mais fortemente, da imagem figurativa, da qual o kitsch não escapa), do sensível e da mistura – três características que pertencem ao kitsch, termo que designa, então, o supra-sumo do mau gosto. Supra-sumo pois, do ponto de vista neoplatônico, o kitsch realizaria uma espécie de proeza dentro da nulidade, do vil, do ignóbil. Ele seria *quintessência do baixo*. (BARBÉRIS, 2012a, p. 07).

O kitsch como cópia, cópia da cópia (cópia da arte), imitador que não se preocupa em esconder a sua vulgaridade. A velha questão do bom e do mau gosto. O kitsch como mau gosto, como “quintessência do baixo”, onde o baixeza é considerada uma coisa ruim a ser evitada. Simulacro de arte, vazio e desreferencializado, ao kitsch faltaria lastro e legitimidade para sobreviver no universo do bom gosto. A partir disso, algumas questões surgem: Tal concepção dá conta de todos os aspectos e possibilidades do kitsch? Quem define o que é bom e mau gosto? Que tipo de visão de mundo está implicada nessa condenação direta do kitsch? Excluir o kitsch do campo da Arte (aquela, sempre com A maiúsculo) não seria uma atitude autoritária e redutora, rejeitando todo um campo de sensibilidade específico e heterogêneo, compartilhado por inúmeras pessoas? A cópia seria algo tão ruim assim? Qual é o pecado da cópia? Negar o kitsch é negar as potencialidades de uma sensibilidade estética que opera com regras próprias e que pouco se importa com os comentários depreciativos emitidos pelos pretensos legisladores da arte.

É inútil negar a força do kitsch, onipresente na sociedade brasileira, latino-americana, europeia, ocidental (sociedades marcadas pelos avanços e desavanços da revolução industrial e tecnológica): mais interessante é assumir as superficialidades que a todos envolve, dialogar com elas, dobrá-las, fraturá-las, para

criar nelas/com elas/a partir delas uma arte-vida pulsante e inclusiva. Mais interessante é propor e vislumbrar modos de existência e de criação artística que se pintem com as cores brilhantes do kitsch, sem deixar de lado um olhar crítico e autocrítico sobre si, sobre a arte, e sobre o mundo¹. É sobre isto que se fala, aqui, quando se fala sobre kitsch.

Kitsch e irônicos até as entranhas, Claymara Borges e Heurico Fidélis flertam com a ideia de cover e a levam para além do previsível. Em 2010, quatorze anos depois de encerrada a sua carreira meteórica, eis que a dupla fake retorna aos palcos e à vida. O nome do show: *Viva! Claymara Borges & Heurico Fidélis Não Morreram*, apresentado na Livraria da Travessa da Barra da Tijuca, no café do Teatro Glaucio Gill, e no Reserva + Câmbio. O público pode rever os seus ídolos e ouvir as canções do clássico disco *Cascata de Sucessos* e também do recém-lançado *Pirata ao Vivo*. No entanto, quem está ali, no palco, não é Claymara e Heurico. É Douglas e Gislaine. Mas quem são Douglas e Gislaine? A resposta é mais complexa do que a dada à pergunta do início (“quem são Claymara e Heurico?”): Douglas e Gislaine são covers de Claymara e Heurico, fãs da dupla-sucesso dos anos 90, que resolveram homenagear os seus ídolos com um show-tributo. Mas Douglas e Gislaine não são Douglas e Gislaine. Douglas e Gislaine são, eles também, Alexandre e Lucília. Soma-se então, mais uma camada ficcional e identitária à já intrincada trama armada pelos artistas cariocas: Lucília é Gislaine que é Claymara. Alexandre é Douglas que é Heurico. Ou seria ao contrário?

Convidados por amigos e programadores culturais para retomar o projeto *Claymara Borges e Heurico Fidelis*, Lucília e Alexandre ponderaram e concluíram que não fazia mais sentido voltar atrás e ressuscitar a dupla brega. Afinal, todos os quatro já tinham envelhecido e seguido as suas vidas e suas carreiras. Dentre outras situações, Alexandre continuou com seus projetos de música e artes visuais; e

¹ Barbéris (2012) cita vários artistas europeus contemporâneos, como Frak Castorf, René Pollesch, Thomas Ostermeier, Romeo Castellucci, Carmelo Bene, Fassbinder, Thomas Bernhard. A lista poderia ser ampliada, incluindo representantes das artes visuais, da música, do cinema, da literatura e da performance. É possível lembrar de Jeff Koons, Nelson Leirner, Cindy Sherman, Paul McCarthy, Jake e Dinos Chapman, Bill Viola, Orlan, La Pocha Nostra, Nadia Granados, Rocio Boliver aka La Congelada de Uva, Anja Carr, La Ribot, El Periférico de Objetos, Emílio García Wehbi, Mark Jenkins, Phillippe Quesne, Ricci/Forte, Pandemonia, Julie Atlas Muz, Mat Fraser, Dirty Martini, Bambi The Mermaid, Tigger, Laura Lima, Márcia X, Copi, Gabriel Vilela, Teatro Oficina Uzyna Uzona, Cia Teatral Ueinz, Lucio Agra, Grasiela Cabelodrama, Grupo Dimenti, Núcleo do Dirceu, Marcelo Evelin, Primeira Campanha, Companhia Silenciosa, O Elenco de Ouro, André Masseno, Foguetes Maravilha, Miúda Realizadora, Vigor Mortis, Grupo Magiluth, Erro Grupo, Giorgia Conceição aka Miss G., The Girls From Madureira, Neto Machado, Ricardo Marinelli, Gustavo Bitencourt e Dalvinha Brandão, Darlene Lepetit, Ricardo Alvarenga, Cabaré On Ice, Selvática Ações Artísticas, etc etc.

Lucília atuou como dramaturga, roteirista e atriz (um de seus trabalhos mais conhecidos é *O Grelo Falante*). Já Claymara e Heurico haviam sumido completamente, fugindo do assédio dos fãs, buscando uma vida fora dos holofotes – há a teoria, inclusive, que fizeram diversas cirurgias plásticas faciais para não serem mais reconhecidos na rua, fazendo com que pudessem ser confundidos com qualquer um, e não mais com eles mesmos. Essa teoria é apresentada por Douglas e Gislaine em seu show, fazendo com que qualquer pessoa na plateia possa ser Claymara ou Heurico disfarçados, sorrateiramente infiltrados entre os espectadores, para conferir a homenagem recebida. Estariam Claymara e Heurico entre nós, sem que saibamos?

Uma vez que a dupla fake-original não está mais presente no show business, ciente de seu declínio geracional e de sua vontade de isolamento, entra em cena a dupla fake-cover: ideia proposta por Lucília para resolver o impasse do convite para a volta do casal-vinte do brega noventista. (A existência de algo *fake-original* já é, por si só, digna de nota. O fake-original torce e frustra a linearidade entre original e cópia, imitador e imitado, realidade e ilusão. O fake-original é o corolário da ausência e da impossibilidade de um original fundante. Por sua vez, o *fake-cover* é a redundância que cintila em toda sua irrealdade e simulação. O fake-cover é o ápice do simulacro, cuja existência independe de qualquer lastro aurático de originalidade). Gislaine, funcionária padrão de lanchonete, é Claymara-cover; Douglas, representante comercial de laboratórios farmacêuticos, é Heurico-cover. Mas, ao contrário dos ídolos, eles não formam um casal: Gislaine é apaixonada por Douglas, mas o coração (e o corpo) de Douglas pertencem a Heurico. Unidos pela admiração quase doentia que sentem por Claymara e Heurico, Douglas e Gislaine imitam em tudo os seus ídolos, e fazem um show que se inicia com um vídeo explicativo da carreira da dupla (com imagens “reais” de reportagens e programas de televisão “reais”), e segue repleto de canções eternizadas pela dupla fake original. Além disso, exibem como troféus alguns objetos pessoais dos homenageados, obtidos e conservados não se sabe como. Assim como os heterônimos de Fernando Pessoa, os heterônimos de Lucília e Alexandre se multiplicam, possuidores de uma vida e uma atuação próprias no mundo. Cover do cover do cover: autônoma, a ficção espirala-se e gira sobre si mesma, já sem compromisso compulsório com uma possível verdade, com um possível original ancorado na vida ordinária. E, no entanto, é justamente a ficção da ficção que garante uma existência plena e

concreta de todos os envolvidos – Alexandre, Heurico, Douglas, Lucília, Claymara, Gislaine – nessa meta-narrativa, nessa genealogia antropofágica que se desdobra.

Com Claymara e Heurico, Lucília e Alexandre são fakes – que também são covers de um imaginário de sucesso artístico. Com Douglas e Gislaine, eles são covers dos fakes – transformando a dupla fake em original a ser copiado; são cover do cover. E mais: ao propor um cover da dupla que eles mesmos criaram e performaram anos antes, Lucília e Alexandre são covers de si mesmos. As camadas se multiplicam e se replicam, num palimpsesto performático: cover do cover de si mesmo. O cover performático de si mesmo surge como processo artístico que copia a si mesmo, e, ao fazer isso, escancara-se para o mundo, expondo suas forças e suas fraquezas, seus sucessos e seus fracassos, fazendo de si mesmo o campo de batalha de uma performance que se repete, e que, ao se repetir, evoca a diferença que nela habita. Ao serem perguntados sobre o grau de semelhança e “fidelidade” que os covers dos anos 2010 buscavam ter com seus modelos dos anos 1990, Lucília e Alexandre respondem:

LUCÍLIA: Eu até tentei que a Gislaine tivesse uma voz pior, mas não fui fundo nisso. A ideia era que a gente [referindo-se a Gislaine e Douglas] era tão semelhante, que a gente perseguiu tanto aquela semelhança... Mas e agora, como eles [referindo-se a Claymara e Heurico] estão? Você pode ser ele. Eu já estou mais parecida com eles do que eles mesmos. E eles podem ser qualquer um. Eles podem ter feito mudança de semblante, fizeram plásticas para poder andar tranquilamente no meio do povo. Cansaram do ônus... Então, a gente ficou mais dentro dessa história: de que nós éramos eles, mas quem eram eles? Cadê eles? Eles não eram mais eles mesmos. Esse era o nosso bordão: “Eles não são eles mesmos. E você também não será o mesmo depois de assisti-los!”

ALEXANDRE: O Douglas, por exemplo, era muito mais animado do que o Heurico. Ele era mais alegre. O Heurico era mais fechado. Tinha algumas diferenças, mas não era nada muito grande. Eram mais jovens, também. Mais animados. [...] Porque o cover tem uma imaginação, ali, quando ele faz o cover. A própria Gislaine e o Douglas, eles eram imaginativos ali. Eles não estavam só homenageando e cantando igualzinho. A gente não estava preocupado em cantar igualzinho, no nosso caso, a nós mesmos. É claro que o cover normal vai querer cantar igualzinho, mas ele vai criar! Isso é que é incrível. Os covers criam! (ASSIS; DACOSTA, 2016).

O que interessa, no cover de si mesmo empreendido por Lucília e Alexandre, é menos aquilo que se repete e permanece, e mais aquilo que difere e muda. Não o decalque estéril, mas a inventividade daquilo que retorna como outro, que mostra suas outras e outras faces. O que mais importa é aquilo que emerge no processo da cópia da cópia: uma criatividade e um ser no mundo que debocha da ideia de originalidade, posto que tudo ali é copiado e recopiado, (re)recopiado, e (re)re-re...

Claymara e Heurico não são mais eles mesmos (e talvez nunca tenham sido), logo, qualquer um pode sê-los – inclusive eles mesmos, inclusive Douglas e Gislaine, inclusive Lucília e Alexandre, inclusive você ou eu. O derretimento e o jogo das identidades abre espaço para subjetividades mutantes e multidividuais – um eu-murta, um eu-multidão, como o antropófago com seus múltiplos nomes e danças, como o bibelô kitsch com sua potência simuladora de plástico. O cover de si mesmo abandona as certezas e expõe (e também inventa) as potencialidades arriscadas do diferente. Importante, nesse processo, é manter o olhar crítico, é exercitar posturas questionadoras e conscientemente abertas ao inusitado.

A liberdade do cover performático, do kitsch performático. Uma liberdade difícil, mas necessária. Uma liberdade crítica que aponta para si mesma e, assim fazendo, aponta para o outro. E sua liberdade baseia-se, também, em uma atenta e rigorosa observação: observar a si mesmo, observar o outro em si, observar a si no outro, observar a si como outro. Observar-se para criar-se. Criar-se para copiar-se para recriar-se para libertar-se para criar-se. Ao observar e expor a si mesmo nesse redemoinho, o cover-kitsch-performático mostra ao mundo que todos e qualquer um também podem se observar e mergulhar nesse turbilhão, gozando das intensidades e das possibilidades do ser e do não ser. Claymara Borges e Heurico Fidelis, Douglas e Gislaine, Lucília de Assis e Alexandre Dacosta, todos eles (e tantos outros) são os anfitriões desse festim.

BIBLIOGRAFIA

ASSIS, Lucília de; DACOSTA, Alexandre. *Entrevista concedida a Henrique Saidel*. Não publicada. Rio de Janeiro, 2016.

_____; _____. “Viva! Claymara Borges e Heurico Fidélis não morreram!” Conheça mais sobre eles. *Gratuito, somente no Reserva + CÂMBIO*. Disponível em: <<https://cambio.art.br/2012/08/20/viva-claymara-borges-e-heurico-fidelis-nao-morreram-conheca-mais-sobre-eles-gratuito-somente-no-reserva-cambio/>>. Acessado em: 13/09/2016.

BARBÉRIS, Isabelle. *Présentation*. In: BARBÉRIS, Isabelle; PECORARI, Marie (dir.). *Kitsch et théâtralité : Effets et affects*. Dijon: Éditions Universitaires de Dijon, 2012. Pg 05 a 13.

_____. *Yves-Noël Genod : les excédents du vide*. In: BARBÉRIS, Isabelle; PECORARI, Marie (dir.). *Kitsch et théâtralité : Effets et affects*. Dijon: Éditions Universitaires de Dijon, 2012. Pg 193 a 208.

BARCINSKI, André. *Pavões misteriosos – 1974-1983: a explosão da música pop no Brasil*. São Paulo: Três Estrelas, 2014.

DELEUZE, Gilles. *Diferença e repetição*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 2006.

ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KOOIJMAN, Jaap. *Fabricating the absolute fake: America in contemporary pop culture*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2008.

KUNDERA, Milan. *A insustentável leveza do ser*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

MOLES, Abraham. *O Kitsch: a arte da felicidade*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

OLALQUIAGA, Celeste. *El reino artificial: sobre la experiencia kitsch*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2007.

VAUTRIN, Éric. *Du baroque au kitsch et retour : Carmelo Bene et la désécriture de soi*. In: BARBÉRIS, Isabelle; PECORARI, Marie (dir.). *Kitsch et théâtralité : Effets et affects*. Dijon: Éditions Universitaires de Dijon, 2012. Pg 103 a 113.