

CORPOS MIMÉTICOS: UMA INTERPRETAÇÃO DO K-POP COVER EM SÃO PAULO¹

MIMETIC BODIES: AN INTERPRETATION OF K-POP COVER IN SÃO PAULO

CUERPOS MIMÉTICOS: UNA INTERPRETACIÓN DEL K-POP COVER EN SÃO PAULO

Thiago Haruo Santos

Antropologia Social, Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e
Universidad Nacional de San Martín (UNSAM).

thiagosaha@gmail.com

Resumo

Apresento neste artigo uma interpretação da prática do *cover* do pop sul coreano (*K-pop*). A interpretação é movida por um interesse teórico em entender processos miméticos da atualidade, acionados em práticas musicais mediadas por dispositivos eletrônicos como celulares, tablets e computadores. A partir de um estudo etnográfico realizado entre 2013 e 2015 junto aos praticantes do *cover* de *K-pop* em São Paulo, busco mostrar como os fãs desse gênero musical compreendem a reprodução feita por eles mesmos das performances dos artistas sul coreanos em palcos paulistanos. A prática do *cover* de *K-pop*, nesse sentido, mais do que uma imitação, surge como uma ação que assumindo o lugar do artista sul coreano, (re)produz nos palcos paulistanos os efeitos de performance presentes nos videocliques. Se as máquinas miméticas colocam o fã em contato com o ídolo sul coreano, o *cover* tenta “passar um pouco do que o *idol* passa” quando assume o lugar de performer nos palcos paulistanos, tornando-se um corpo mimético em performance. O argumento aqui é de que ao se tornar um corpo mimético, os covers de *K-pop* logram experimentar com maior

1 Este trabalho é resultado da pesquisa de mestrado realizada no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade de São Paulo, que sob o processo 2013/27193-3 contou com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

proximidade, desde seus corpos, os efeitos que os objetos artísticos lhes proporcionam.

Abstract

This article presents an interpretation of K-pop cover practice in São Paulo city to derivate some consequences for the theory of mimesis. It shows how musical practices mediated by electronic devices as cellphones, tables or computers challenges this theory. These devices are considered here mimetic machines. From an ethnographic research made between 2014 and 2015, it shows the conceptualization of cover practice by K-pop fans. Instead of a simple imitation of K-pop idols, the cover practice emerges as a (re)production of performing effects that is actualized in music videos. Considering electronic devices as mimetic machines that put fans in contact with the South Korean pop idols, this article shows cover performers in São Paulo “giving to fans something that idols give to us”. In this sense, cover performer become a mimetic body, taking the point of view of art object in the art-public relation.

Resumen

En este artículo realizo una interpretación de la práctica del cover del pop sur coreano (K-pop) para delinear posibles consecuencias para la teoría de la mimesis, cuando se discute junto a las prácticas musicales mediadas por dispositivos electrónicos como celulares, tablets y computadoras, que cumplen la función de máquinas miméticas. A partir de un estudio etnográfico realizado entre 2013 y 2015 junto a los practicantes del cover de K-pop en São Paulo, busco mostrar cómo los fans de ese género musical comprenden la reproducción hecha por ellos mismos de las actuaciones de los artistas surcoreanos en escenarios paulistanos. La práctica del cover de K-pop, en este sentido, más que una imitación, surge como una acción que, asumiendo el lugar del artista sur coreano, (re) produce en los escenarios paulistanos los efectos de performance presentes en los videoclips. Si las máquinas miméticas ponen el fan en contacto con el ídolo sur coreano, el cover intenta “pasar un poco de lo que el idol pasa” cuando asume el lugar de performer en los escenarios paulistanos, convirtiéndose en un cuerpo mimético. El argumento aquí es de que al convertirse en un cuerpo mimético, los covers de K-pop acceden al punto de vista del propio artefacto artístico en la relación con su público.

Introdução: “fazer as coisas ficarem mais próximas” com o corpo

Já há alguns anos, ao percorrer o Centro Cultural São Paulo² num final de semana, caminhando por seus corredores e salas, qualquer visitante desavisado pode encontrar-se com alguns grupos de jovens dançando sincronicamente em frente às paredes de vidro daquele equipamento, com uma caixa de som conectada a algum celular ou computador. As referências sonoras que saltam das caixas podem parecer familiares, uma mescla de ritmos eletrônicos, não muito diferentes das encontradas nas rádios e playlists de música *pop*. Por outro lado, o idioma dessas canções, o coreano, pode lhe causar estranhamento, prendendo sua atenção por alguns instantes. O *cover* de *K-pop* (*Korean pop*) tem a potência de capturar a curiosidade dos que ali passam.

“Do meu ponto de vista é quando você tenta se parecer um pouco mais com o grupo que você gosta, ou o que você quer passar pela música”, “Chegar um pouco mais próximo. É você copiar o que eles fazem, mas de um jeito divertido e de um jeito que você aprenda um novo estilo de dança, de música.” Frases como essas eram recorrentes durante a minha pesquisa de mestrado, realizada na cidade de São Paulo junto a jovens como os descritos acima, fãs e *covers* do *pop* sul coreano, o *K-pop*. Em muitas dessas conversas, ao explicar-me sua prática musical³, as e os fãs enfatizavam aspectos do “ser *cover*” que falavam de similitude, cópia, aprendizado musical e, acima de tudo, aproximar-se de seus *idols*⁴.

A final, o que é um *cover*? Qual a sua relação com os artistas e expressões musicais “originais”? O que essa prática pode nos dizer

2 Equipamento público gerido pela prefeitura de São Paulo, localizado no bairro da Liberdade, região central da cidade de São Paulo.

3 Os *covers* de *K-pop* se separam em *dance cover* e *cover* de canto. Neste artigo, trato apenas dos *dance covers*. Durante essa pesquisa, encontrei em muitos concursos de *K-pop* os *covers* de canto, sendo mais difícil encontrá-los durante os ensaios em espaços como o Centro Cultural São Paulo. Os ensaios de canto aparentemente têm um caráter mais individual e em espaços e tempos variados. Uma das interlocutoras, me dizia que os ensaios sistemáticos eram feitos em casa em momentos anteriores aos concursos. Além disso, me contava também que em suas atividades diárias durante o transporte urbano andava com o celular para ouvir e treinar. Decidi durante esta pesquisa que me focaria na atividade dos *covers* de dança por estes serem mais numerosos e por motivos metodológicos de conseguir acompanhar os ensaios.

4 Forma pela qual meus interlocutores se referiam aos ídolos do universo *pop* sul coreano.

sobre práticas musicais da atualidade, mediadas e construídas junto aos dispositivos digitais? É de Walter Benjamin (1994) a inspiração para construir essas problematizações e ensaiar também as minhas próprias respostas frente ao *cover* do *K-pop*. Em seu ensaio de caráter “prognóstico”, o autor se dedicava, então, à reflexão sobre as transformações do conceito de “arte” no início do século XX. Sua hipótese era de que as transformações tecnológicas pelas quais aquelas sociedades passavam, incorporavam ao jogo das artes a fotografia e o cinema, práticas fundadas na “reprodutibilidade” das imagens. A relação que uma pessoa tinha com uma pintura altamente valorizada no mundo da arte, por exemplo, não poderia passar intocado diante do potencial mecânico das câmeras fotográficas que exibiam, em série, algo tão único e tão excepcional.

Retomando essa ideia de que novas formas de reprodutibilidade modificam as relações que as pessoas têm com objetos ou expressões artísticas, poderíamos nos assombrar com o caminho tomado pelos “prognósticos” estabelecidos por Benjamin. A cultura massificada, industrializada, e mercantilizada, hoje pode atravessar fronteiras nacionais e ser consumida e reproduzida por jovens de variados extratos sociais. O argumento que desenvolvo neste artigo é, então, de que a prática do *cover* de *K-pop* pode nos sugerir uma “reprodutibilidade” alcançada a partir do próprio corpo. Nesse sentido, a partir do *cover* de *K-pop*, poderíamos considerar que “fazer as coisas ficarem mais próximas” (BENJAMIN, 1994), deixou de se reportar apenas ao ato de ter em mãos a fotografia da pessoa amada, ou de “entrar” na tela grande e vivenciar a realidade do cinema: é, com corpo, experimentar esse estado mesmo de estar na posição de “Outro” (TAUSSIG, 1993).

Os estudos realizados sobre a prática *cover* de *K-pop* vêm demonstrando a possibilidade múltipla de processos de identificação com essa música, constituída na articulação de elementos do local com o global. Jung (2011), por exemplo, realiza seu estudo em uma Indonésia em transição, em que o regime político aos poucos abria espaço para a entrada de bens culturais externos. Segundo o autor, ao “encorporar” (*embodiment*) novos “estilos de vida”, esses jovens criavam novas identidades inexistentes nas suas localidades (JUNG, 2011: p. 9). Nas Filipinas, Alona Guevarra (2014) vê nesses grupos *cover* um espaço potente de elaboração de uma *performance queer*. Para Dredge Byung'chu Kang (2014), que estudou fãs de *K-pop* da Tailândia, o *cover* habilitava que homens gays articulassem uma “feminilidade

asiática moderna”. Em uma pesquisa realizada no Brasil e no Peru, KO *et all* (2014: 318) corroboram esse argumento. Segundo esses autores, nessas localidades, o *K-pop* oferece uma oportunidade de “escapar” das identificações vinculadas ao baixo perfil socioeconômico e aos pertencimentos raciais e étnicos da maior parte dos fãs⁵. Em conjunto, esses trabalhos apontam para a multiplicidade de identificações oferecidas pelo *K-pop*, e a especificidade de cada localidade em articulá-las.

A pesar de também observar alguns desses processos identificação durante a minha pesquisa, neste artigo dedico-me a descrever e analisar o que Kang (2014: p. 295) denominou como a “criação da intimidade” entre os fãs *covers* e os artistas *K-pop*. Para esse autor, essa “intimidade” era a base desde a qual se construíam essas identificações, estruturando as relações constituídas entre os próprios fãs. Nesse sentido, interessei-me principalmente nos modos de fazer dos *covers* junto aos dispositivos digitais, buscando lançar algumas hipóteses sobre práticas musicais realizadas junto às máquinas miméticas, figuras onipresentes na contemporaneidade. Desde esse interesse, cada banda, feminina ou masculina, oferece “conceitos” (ver no último apartado deste artigo) desde os quais ativar os processos de identificação referidos mais acima⁶. A ênfase neste trabalho, por tanto, recai no processo de construção dessa “intimidade”, atingida pelos *covers* dentro e fora dos palcos paulistanos.

***K-pop* em São Paulo**

O termo *K-pop* remete diretamente ao lugar de origem dessa música: *Korean pop*, música da ou produzida na Coreia do Sul. A

5 A partir de entrevistas realizadas online, KO ET ALL (2014: 310) oferecem dados do perfil socioeconômico de fãs de *K-pop* no Brasil e no Peru. Segundo esses autores, 29% dos fãs entrevistados tinham um ingresso familiar anual de até 7,500 reais (equivalente a USD3608 na época); 19.5%, entre 7,500 y 15,000 reais (entre USD 3608 y USD 7216). Comparando com a renda anual média nacional daquele ano, USD 22387, os autores concluem que a maior parte dos fãs do gênero vem de estratos familiares que se localizam abaixo da média nacional. Além disso, a partir das entrevistas, os autores concluíram que a configuração étnica e racial da maior parte dos fãs era diferente daquelas vinculadas a Ásia.

6 Agradeço a detida leitura e as críticas realizadas pelos (as) dois (as) pareceristas que avaliaram este escrito. As críticas possibilitaram delimitar melhor o objetivo deste artigo e a inclusão de discussões não presentes na primeira versão enviada à revista.

invenção do gênero é atribuída ao contexto do final da década de 1980 e inícios dos anos 1990, quando nesse país (como em outras partes do mundo) se percebia com agudez a aceleração da circulação de bens e pessoas⁷. Dentro desse processo, a literatura sobre o *K-pop* resalta alguns elementos que influenciaram a criação desse gênero musical (HOWARD, 2002: 86; D. Y. JIND & W. RYOO, 2014: 119): a volta de emigrados dos Estados Unidos, a maior mobilidade de estudantes que circulavam entre as grandes metrópoles como Tokyo e Los Angeles, e a disseminação dos primeiros canais por satélite especializados em música (a Hong Kong's Star e a MTV ASIA que estrearam em 1991).

Em um ambiente mercadológico em que as *ballad songs*, como eram conhecidas as baladas românticas, tinham maior popularidade, começaria a surgir nos anos 90 algumas bandas que na sua criação se utilizavam de sonoridades consideradas novas localmente, como o *rap*, o *soul*, o *rock*, o *techno* e o *punk*⁸. Desde esses primeiros momentos, a apropriação dessas sonoridades conhecidas no ocidente, utilizadas de maneira própria à uma tradição local, definiria para muitos analistas o “sabor próprio” (CHOI, 2011: p. 74) do *K-pop*. Além de introduzir novas referências sonoras, esses artistas participaram nesse momento de uma mudança importante ocorrida nos meios de comunicação, em que abandonando o anterior modelo estatal de gestão das comunicações, incorporavam modos de produção e circulação próprias de grandes conglomerados internacionais, em que se enfatizava a imagem dos artistas, até mais do que suas habilidades, por exemplo, no canto ou com instrumentos (HOWARD: 2002: 81).

Um “híbrido” musical, o *K-pop* vem sendo desde então interpretado no contexto de internacionalização dos bens culturais sul coreanos. *Hallyu* ou “A onda Coreana”⁹ é o termo com o qual é referida a popularização de diferentes produtos *pop* sul coreanos, que podem incluir música, filmes, novelas, desenho animado, HQs, culinária e produtos eletrônicos. Nessa enxurrada de produtos, o *K-pop* se apresenta como uma “síntese

7 Para a discussão das origens históricas do *K-pop* ver: Lie, Jhon (2012) e Howard, Keith (2002).

8 *Seo Taiji and Boys, BoA, H.O.T, Shinhwa e S.E.S.* são alguns dos grupos e artistas que compõe os primeiros anos de consolidação do *K-pop* na Coreia do Sul. Já nos anos 2000, bandas como *TVXQ, Super Junior, Babyvox, Se7en, Skull, BIGBANG, Rain, Wonder Girls, SS501, Kara e Girls' Generation* marcariam um novo momento de internacionalização do gênero musical.

9 O termo surgiu na China designando uma suposta “invasão” dos produtos advindos da Coreia do Sul. Ver (HAE-JOANG, 2005); (RAVINA, 2009) e (Hong, 2014).

de sentimentos locais e gêneros globais, e não uma linguagem global” (D. Y. JIND & W. RYOO, p. 124, tradução minha¹⁰). Essa ênfase no “próprio” (sul coreano), mas que ganha roupagens outras, encontrou no meio digital em ebulição do começo dos anos 2000 um amplo espaço para se disseminar, chegando também às telas e caixas de som de jovens no Brasil¹¹. Nas entrevistas que realizei com os fãs do gênero, muitos deles explicavam a especificidade sonora do gênero, justamente a partir dessa ideia de junção entre elementos já conhecidos, comuns às músicas *pop* – como a batida eletrônica, repetitiva, acompanhada de “refrãos chiclete” – e o elemento diferente do idioma coreano utilizado nas canções -desconhecido para muitos dos fãs.

Capturados por essas imagens e sons, o público paulistano do *K-pop* foi se formando na primeira década deste século via internet, por onde se podia acessar uma série de artefatos envolvendo os artistas daquela indústria musical como videocliques, canções, *reality shows*, programas da televisão sul coreana ou *games*. Se o acesso não se limitava a um tipo específico de conteúdo relacionado ao *K-pop*, os videocliques, sem dúvida, marcaram os que se tornariam fãs do gênero musical posteriormente. Se sonoramente o *K-pop* se diferencia como um “híbrido”, é no videoclipe altamente produzido, como um conjunto de sonoridade eletrônica, idioma coreano, danças sincronizadas e figurinos, que recai a atenção principal dos fãs.

Em São Paulo, então, esses jovens que haviam sido capturados pelo gênero musical utilizaram a própria internet para troca de informações e promoção de encontros na cidade. Espaços como o complexo empresarial Banco Itaú, próximo ao metrô Conceição, ou o Centro Cultural São Paulo foram utilizados pelos fãs que se encontravam para dançar as coreografias vistas nesses videocliques. Com o tempo, essa

10 Do original: Until then, hybridization meant the mix of local sentiments and global genres, not a global language.

11 A circulação de vídeos e músicas produzidas na Coreia do Sul ocorre há mais tempo em São Paulo, como indica o estudo de Kim, Hyung Mi (1996) sobre o consumo de telenovelas sul coreanas na comunidade coreana residente no Brasil. Neste artigo trato mais dos fãs brasileiros, que antes de conhecerem os produtos sul coreanos não tinham nenhuma referência daquele país. É conhecido como *Hallyu*, ou, “onda coreana”, a popularização em nível transnacional de produtos da indústria *pop* da Coreia do Sul. Sobre o *Hallyu* em específico, ver: Edição de 2009 da *Southeast Review of Asian Studies* com dossiê sobre o tema; SUNG, Sang-Yeon (2010); JUNG, Eun-Young Mark (2009) e HONG, Euny (2014). Além disso, em 2012 fundou-se uma associação de estudos voltados especificamente ao *Hallyu*, que se propõe a organizar congressos e disseminar estudos (<http://iwahs.org/>).

prática foi cada vez mais reconhecida por outros agentes da cidade, como as instituições interessadas em difundir a “Cultura coreana” na cidade de São Paulo (Governo sul coreano ou instituições relacionadas a comunidade coreana de São Paulo), que promoviam concursos e apresentações de *K-pop*; ou pelas empresas que mantinham como negócio a promoção da cultura *pop* asiática (como por exemplo a empresa Yamato, responsável pelo famoso encontro *Anime Friends*) que também mantinham espaços de encontro e dança entre esses fãs de *K-pop* em São Paulo.

Da aliança entre os fãs com esses outros agentes da cidade, surgiram espaços importantes de encontro entre os próprios fãs, e destes com a (re)produção musical própria que surgia como prática *cover*. A prática do *cover* descrito neste artigo, então, em boa medida dependia desses eventos para garantir um palco e fechar o ciclo que ia dos ensaios às apresentações. Na segunda metade dos anos 2000, os grupos *covers* se multiplicavam na cidade, seguido do crescimento dos palcos disponíveis para apresentações. Em 2014, por exemplo, ano em que busquei mais detidamente acompanhar tais eventos em São Paulo, presenciei dez dias repletos de atividades que tinham a dança *cover* de *K-pop* como programação. Nesses eventos, centenas de outros fãs compareciam para ver, dançar e cantar juntos aos *covers*. Nesses espaços de apresentação, junto com os demais fãs, os *covers* demonstravam “o que eram capazes de fazer” como diria um dos fãs à beira de um desses palcos.

Cover em construção: comportamento restaurado

O que é um *cover* afinal? No dicionário¹², o termo está definido como verbo de “gravar ou performar uma versão nova (de uma música) performada originalmente por outro”; ou, como substantivo se referindo à “*versão cover*”, que seria “uma gravação ou performance de uma música previamente gravada”. A definição dada no campo dos estudos da música *pop* considera que *versões covers* são “performances/ gravações feitas por músicos não responsáveis pela gravação original” (SHUKER, 2005).

12 Traduzido livremente por mim do dicionário Oxford. Definição como verbo: “Record or perform a new version of (a song) originally performed by someone else”; como substantivo: “A recording or performance of a song previously recorded by a different artist”.

Nessas definições, se ressalta o ato de apresentar ou gravar determinada música que fora produzido por outrem. Uma performance/ gravação que fora produzido junto ao corpo de determinado artista passa a “estar lá” para ser reproduzido por outro corpo. O *cover* de *K-pop* em São Paulo também parte dessa concepção da coreografia como “coisa”, que produzida por determinado artista é detalhadamente observada, aprendida e apresentada. Nas entrevistas realizadas, os *covers* relatavam uma série de estratégias para “pegar” as coreografias para posteriormente poder “passar” para os outros integrantes de seus grupos: viam repetidamente os vídeos, utilizavam-se do *slow motion* para observar os detalhes, observavam as diferenças entre os dançarinos. Tendo acompanhado com os olhos o movimento dos *idols*, os *covers* de *K-pop* passam a movimentar seu próprio corpo junto ao do vídeo para *pegar* a coreografia.

Algo que “está lá”, apartado de “mim”, como dizia Richard Schechner (1985: p. 37), deve ser apreendido aqui, no corpo. As definições de dicionário apresentadas acima do *cover* como uma “versão” deixam ver esse caráter de mudança que o original passou. A coreografia que “estava lá” já é outra coisa quando no corpo do *cover*.

Schechner (1985) chama de *comportamento restaurado* ou *tiras de comportamento* essa “coisa” que “tem vida própria” (p. 35), que está entre o artista original e o *cover*. No momento em que assistem aos vídeos, as coreografias aparecem mais explicitamente como algo externo. Diante do vídeo, podem dividir a coreografia em partes ou manipulá-la (*slowmotion*, *zoom*, ir e voltar no vídeo) para facilitar a apreensão do que “está lá”. Em primeiro momento, então, trata-se de sistematicamente observar para tentar apreender.

Entre os grupos de *covers* que mais acompanhei no Centro Cultural São Paulo, o *dance leader*¹³ assumia essa função de ver mais detalhadamente o vídeo para *passar* para os demais, dividindo a música em várias células para facilitar o aprendizado. Durante os ensaios de final de semana, cada uma dessas células era montada em

13 Entre os integrantes do grupo *cover*, eram divididas algumas tarefas, que por sua vez ganhavam nomes, como é o caso do *dance leader*. Os *staffs* garantiam a logística dos ensaios e apresentações, muitas vezes cuidando da produção de mídias para a internet. O *team leader* deveria manter a coesão dentro do grupo e também cuidar das entrevistas e vídeos concedidos a *sites* externos ao grupo.

três etapas diferentes: primeiro sem música, o *dance leader* marcava o tempo dos movimentos em voz alta (“1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 e 8”), montando tira após tira, no seu próprio corpo junto aos demais, a coreografia apreendida do vídeo. Terminada essa etapa da contagem, depois de muito repetir, os *covers* introduziam a música, experimentando junto ao som o que aprenderam com o corpo. Realizadas essas etapas em todas as células, executavam a coreografia com a música do começo ao fim para finalmente gravarem um vídeo que lhes mostrava as deficiências e acertos. Dessa avaliação, poderiam voltar para determinada célula para refazer os movimentos.

Individualmente, cada *cover* tentava *pegar* o movimento dos *idols* se atendo aos aspectos corporais como altura dos braços, movimento das pernas, curvatura do torço e velocidade. Durante os ensaios, ouvi diversas expressões como “tenta fazer o movimento de um amassa limão”, “agora, uma caminhada Beyonce”, uma “chutada no ar”, se referindo aos movimentos corporais que deveriam realizar. Essas palavras evocavam formas vistas em outros corpos que precisavam ser repetidas infinitamente para marcar o corpo dos *covers* que preparavam as coreografias.

Apesar da atenção de cada *cover* se centrar no seu próprio corpo, durante os ensaios o aspecto coletivo diante do espelho era decisivo. Ao iniciar novas células, o *dance leader* se colocava diante do espelho, contando e mostrando com o seu próprio corpo como os outros integrantes deveriam fazer. Muitas vezes, enquanto dançava diante dos demais, articulava sons como “pum, pa, para, para, dum, pa, pa,pa” para mostrar o tempo dos movimentos e a sequência em que deveriam realizar. Essas palavras eram repetidas pelos outros integrantes junto com os movimentos corporais, criando mais um meio pelo qual mimetizavam o *dance leader*. O *dance leader* mediava o videoclipe.

Coletivamente, os *covers* tinham que acertar o posicionamento dos corpos em movimento e o tempo da troca dessas posições. Por meio dessas movimentações, os *covers* desenhavam em palco imagens geométricas presentes nos videoclipes dos *idols*. Por meio da contagem e depois com a música, aprendiam corporalmente a interpretar as distâncias entre os corpos e o tempo correto da mudança entre elas. O movimento em um tempo errado de um dos integrantes, nesse sentido, poderia desencadear uma série de erros que desmontavam a coreografia realizada coletivamente.

Por fim, a sincronia entre os movimentos dos performers e destes com a música era fundamental para produzir os “efeitos” (palavra que surgia nos ensaios) esperados a partir dos elementos coreográficos descritos acima. Em uma fila, a subida de braço do integrante à frente servia de gatilho para a subida em sequência dos demais que se enfileiravam atrás. Em outra coreografia, os covers posicionados em uma fila lateral viravam encadeadamente, um a um, o torço e a cabeça da esquerda para a direita, desenhando em conjunto um pulso que passava por eles. Os corpos, nesse sentido, produzem a performance conjuntamente, sincronizados com a música: umas vezes se sobrepondo, noutras concatenando movimentos sequenciados.

Após vários finais de semana, de ter assistido aos vídeos em casa, ter treinado em casa, voltado aos ensaios coletivos, refeito junto aos demais os mesmos movimentos, a coreografia vai se formando nos corpos dos covers. Segundo Schechner (1985: p. 110), “Durante os ensaios-workshops, os performers jogam com palavras, coisas e ações, algumas delas sendo ‘eu’ e outras ‘não eu’. No final do processo, a dança passou para o corpo¹⁴”. Se no início, a coreografia “estava lá” no vídeo, sendo algo que “não era eu”, durante os ensaios, mimetizando os movimentos do líder, por meio das contagens, frases e palavras articuladas (“eu”), uma versão cover vai se formando (“passou para o corpo”).

A versão cover, no entanto, depende de encontrar um “encaixe”, termo que surgiu em uma entrevista com uma de minhas interlocutoras. É repetidamente assistindo aos vídeos, trazendo-os junto aos corpos para os ensaios, buscando “harmonizar” os corpos dos covers, é que surge um “cover bom”. No final desse processo, os integrantes do grupo cover acessam um estado que Schechner (1985) denominou como “não eu”, mas também de “não-não eu”. O “encaixe” em performance não é mais a integrante cover, é um corpo que foi em direção àquele da idol visto nos vídeos. Ao mesmo tempo, segundo uma das interlocutoras, “a gente põe um pouco de nós com certeza”, não podendo ser um completo “não eu”. O comportamento restaurado (SCHECHNER, 1985) é esse “algo” que está entre o cover e o artista sul coreano, justamente porque só se materializa quando o cover encontra o “encaixe”. Não é mais o original, mas tampouco “não-não é” o original.

14 Do original: During workshops-rehearsals, performers play with words, things, and actions, some of which are “me” and some “not me.” By the end of the process the “dance goes into the body”.

Mimesis – colocando os fãs em contato com os *idols*

Os covers aqui descritos, no entanto, não são só performers, em busca desse “encaixe”. São sobretudo fãs em busca de uma relação específica com os artistas sul coreanos, relação esta habilitada pelas máquinas miméticas que hoje abundam no nosso cotidiano. Em *Mimesis and Alterity* (1993), Michel Taussig explora o que Walter Benjamin chamou de “faculdade mimética”: “uma violenta compulsão, a que estava sujeito o homem (*sic*), de tornar-se semelhante e de agir segundo a lei da semelhança” (BENJAMIN, 1994: p. 113). Taussig desenvolve a hipótese lançada por Benjamin de que o mundo das mercadorias, e do fetichismo da mercadoria, teria alienado na modernidade o ser humano do mundo ao seu redor, enfraquecendo a faculdade de assemelhar-se (p. 23). A faculdade *mimética* — definida pela capacidade de reprodução, de **cópia**, imitação e de **contato** fora enfraquecida. A relação quase física com o que se vê, uma relação que leva o ser humano a se tornar semelhante ao que encontra no entorno, teria sido perdida com o surgimento da modernidade.

Segundo o autor, só com o surgimento das “máquinas miméticas” (fotografia e cinema), teria sido possível a renovação do poder dessas coisas observadas de se chocarem na retina dos sujeitos de maneira a reanimar a capacidade de *contato* que elas tinham — “uma conexão bastante palpável e sensorial entre quem percebe e o que é percebido (BENJAMIN, 1994: 21)”. Essa ideia é capaz de nos fazer entender, por exemplo, vivências tão cotidianas como a proximidade experienciada ao carregar a fotografia de um ser querido. Uma espécie de “magia” (HIKIJ, 1998), desde o ponto de vista ocidental moderno, essa experiência está calcada na exatidão e perfectibilidade alcançada na reprodutibilidade das máquinas miméticas.

No cover de *K-pop*, as “imagens fisionômicas (TAUSSIG, 1993: p. 29)¹⁵” dos artistas são sensitivamente estudadas ao serem observadas nos videocliques. Todo esforço para “restaurar” os movimentos, dessa maneira, a perfectibilidade dos movimentos, passa por essa observação atenta as imagens e sons que saltam dos computadores e *tablets* para ser refeita “de maneira mais precisa” possível nos palcos dos concursos. Por “observar”, no entanto, devemos entender sentir (os efeitos), guardando uma relação mais visceral de *contato* com essas imagens. Os videocliques

15 Tradução minha do termo original em inglês *physiognomic*.

são o lugar em que os fãs encontram as capacidades performativas dos artistas em realização e seus efeitos. É essa capacidade de *agir* no mundo que é mimetizada pelos *covers*, tornando presente a própria agência dos *idols* entre os fãs de São Paulo. Segundo Tim Ingold e Elizabeth Hallam (2007),

Cópia ou imitação, nós defendemos, não é só um processo simples e mecânico de replicação, como se considera usualmente, uma duplicada direta de um modelo, **mas envolve um complexo processo contínuo de observação do modelo em ação no mundo**. Nesse processo reside o trabalho da **improvisação**. A semelhança formal entre cópia e modelo é o resultado desse processo, não algo dado *à priori*. É uma meta a ser alcançada, para ser julgada posteriormente. Dessa maneira, quanto mais se obriga a seguir os preceitos, maior a cobrança da improvisação do performer para “se chegar lá” (INGOLD & HALLAM, 2007, tradução e negritos meus)¹⁶.

Todos os “combinados” improvisados e os “encaixes” encontrados durante os ensaios servem para reconstruir a presença e agência dos *idols* entre os fãs de *K-pop*. Acessando as diferentes mídias que veiculam a figura dos artistas sul coreanos, os *covers* tomam os *idols* como “modelo de ação no mundo”. Nesse sentido, não é só o *idol* enquanto um corpo que produz imagens corporais que é mimetizado. Enquanto um “ser no mundo”, esses artistas são conhecidos por meio das imagens construídas nos videoclipes, em que por meio de narrativas visuais e sonoras constroem sua forma de agir enquanto um *idol* da indústria do entretenimento sul coreano. Os *covers*, por tanto, na sua ação, trazem para palco o próprio videoclipe, não se restringindo aos aspectos da coreografia. Nesse sentido, para presentificar o *idol* em performance, acrescenta-se aos corpos dos *covers* os figurinos e as maquiagens. Por meio desses recursos, se constrói a “aparência” como disse acima uma de minhas interlocutoras, fazendo presente nos palcos de São Paulo os

16 Copying or imitation, we argue, is not the simple, mechanical process of replication that is often taken to be, of running off duplicates from a template, but entails a complex and ongoing alignment of observation of the model with action in the world. In this alignment lies the work of improvisation. The formal resemblance between the copy and the model is an *outcome* of this process, not given in advance. It is a horizon of attainment, to be judged in retrospect. Indeed the more strictly standards are observed, the greater are the improvisational demands placed on performers to “get it right”.

efeitos próprios aos videoclipes vistos na internet. Para compreender como realizam esse ato performativo, no entanto, torna-se importante trazer para a discussão um último conceito nativo, o “conceito” dos videoclipes e coreografias.

Conceitos: (re)produção de modos específicos de agir

O termo nativo “conceito”, como era usado por meus interlocutores durante a pesquisa, capta o conjunto de habilidades presentes em cada videoclipe para produzir efeitos específicos nos fãs. Por exemplo, uma apresentação pode ser algo mais “sexy”, “cool”, “fofo”, “de terror” ou mais “chic”. Existem grupos que marcaram a memória dos fãs pela sua capacidade de passar algo por meio de algum conceito. O grupo 9MUSES em muitos videoclipes adotam um conceito **“sexy” e “chic”**; **Ice Cream Cake (2015)** do grupo **Red Velvet** é “cute”, ou “fofo”; **I’ll Be Back (2011)** do grupo 2PM poderia ser considerado **“cool”**; O “conceito” é uma forma de categorizar as performances, e é a linha condutora mais forte entre o público e o cover/*idols*. Assim como os *idols* geram “efeitos” por meio dos videoclipes utilizando-se de determinados “conceitos”, os covers buscam também impactar seu público reconstruindo esses elementos tomados desde os videoclipes.

Em **Fiigaro (2011)**, por exemplo, o grupo feminino 9MUSES assume o conceito **“sexy” e “chic”**. A letra da música nos deixa ver um eu lírico feminino, construindo um diálogo que se dirige a um parceiro de um caso de amor malsucedido¹⁷. A noite é trazida como um tempo de separação. A dança servirá para o esquecimento daquele amor. O conceito aqui, evoca um eu lírico feminino empoderado, adulto, **sexy e chic**.

Para a apresentação cover do videoclipe, o grupo cover Stand Out apresentou-se com um figurino inspirado no último dos figurinos (são pelo menos três) que aparecem no videoclipe original. Este figurino é o único que é feito de um material brilhante dourado, remetendo ao universo do glamour, ao **chic**. Apesar do brilho, não há cores claras, e nem a variação de motivos entre as integrantes, o que reforça a

17 Ver letra da música e tradução para o inglês em <http://colorcodedlyrics.com/2011/08/nine-muses-nainmyujiseu-fiigaro-cc-lyrics>.

sincronia e a construção de imagens geométricas em palco. Nas fotografias mostradas a seguir, se destaca momentos da coreografia em que se explorava o equilíbrio entre as dançarinas e, ao mesmo tempo, delas com seu próprio corpo. Não há grandes malabarismos ou movimentações bruscas, sendo a postura ereta da coluna uma constante (como se observa na figura 1). A expressão facial das integrantes mostra o mesmo aspecto de equilíbrio presente nas coreografias, o que se relaciona com uma sensualidade menos infantil, mais empoderada, **sexy**. O microfone – ausente no videoclipe original – que aparece na foto foi utilizado apenas como elemento coreográfico – não amplificando a voz, reforçando o efeito de *glamour* indicativo do conceito **chic**.



Figura 1: Stand Out na apresentação no K-pop Dance Tournament



Figura 2: Stand Out na apresentação no K-pop Dance Tournament

I'll Be Back (2011) do grupo masculino 2PM, apresentado pelo grupo cover Warzone, tem o conceito **"cool"**. Nele, o eu lírico diz deixar sua amada partir, apesar dos seus sentimentos. "Como um homem", assumirá a dor e a tristeza "friamente"¹⁸. O conceito **"cool"** é evocado pela postura do eu lírico centrado, que controla seus sentimentos, apesar de todo amor que tem pela amada. A imagem de um homem adulto que em silêncio vivencia a perda da amada, esperando que ela volte é evocativo do conceito. O eu lírico "respeita" a partida da amada, apesar de saber que ela irá voltar. Além de se controlar, ele controla a situação. Não há na letra uma indicação de contextos (tempo e espaço) e o videoclipe original também se passa em espaços internos, sem localizações especificadas.

Em palco, o grupo cover apresenta um figurino que tematicamente evoca o contexto militar, com calças de camuflagem cinzas, camisa regata preta sem manga, e luvas. Essa temática está completamente ausente no videoclipe original, mas, como um ato de "improvisação" (INGOLD & HALLAM, 2007) foi efetivo na produção do conceito

18 Ver letra da música e tradução em: <http://colorcodedlyrics.com/2012/03/2pm-i-ll-be-back-cc-lyrics>.

cool, principalmente pelo uso dos tons escuros junto a maquiagem. A maquiagem, que desmarcava expressões humanas, junto às expressões faciais imóveis, evocavam figuras robóticas (figura 3). Os sapatos brancos (figura 4) marcavam o efeito de sincronia atingido pelo grupo na coreografia, o que mais uma vez remetiam para a proximidade com imagens de máquinas. O efeito do **cool** era produzido por essas expressões frias e pouco passionais dos integrantes, que por meio da sincronia executavam movimentos controlados, rápidos e precisos.



Figura 3: WARZONE na apresentação no K-pop Dance Tournament



Figura 4: WARZONE na apresentação no K-pop Dance Tournament

A partir de conjuntos de elementos bastante concretos como dança, figurino e maquiagem, os covers (re)produzem os conceitos mobilizando a plateia. A entrada dos dançarinos e dançarinas covers em palco é geralmente precedida de uma chamada feita pelo locutor que os introduz com um vídeo dos covers dançando, acompanhado de planos do videoclipe original (edição que normalmente era enviada pelos grupos covers no momento da inscrição do concurso). Nesse momento, os gritos ensurdecedores da plateia faziam parte do *script*. Algumas interlocutoras me ensinaram o termo *fangirl* usado para fãs (normalmente se referindo às meninas) que gritam alucinadamente para seus *idols* em palco. A mesma reação era esperada para o cover. Um grupo cover que não recebe gritos, em resumo, não é querido/conhecido (é “flopado”¹⁹, segundo meus interlocutores).

19 Vem do verbo em inglês *flop*, que em português poderia ser traduzido como algo que não teve sucesso. O termo é usado também para grupos de *idols* que não aparecem muito na mídia e que não tem muitos fãs.

Em uma dessas ocasiões, a plateia chegou ao êxtase quando surgiu no palco uma luneta (objeto usado no videoclipe original). As *covers* em movimento no palco, junto àquele objeto, conseguiram produzir o conceito evocado no videoclipe do grupo original. Em outro concurso, enquanto sentávamos esperando a hora da apresentação ouvi: “Fudeu, elas trouxeram a barra!” A frase era de um garoto que acabara de ver o objeto cenográfico das concorrentes. Junto com a dança, esses objetos e figurinos são os elementos necessários para tornar presente os efeitos dos *idols* em performance, “passar um pouco do que os *idols* passam” como diria um de meus interlocutores.

Construindo determinado “conceito” que vem do videoclipe, o *cover* vestido e paramentado em palco, nesse sentido, presentifica a forma específica de agir do *idol* em determinado videoclipe, “passando-o” para o público na busca de gerar reações (gritos, cantos, dança). Mais do que imitar os artistas dançando, o *cover* de *K-pop* pretende (re)produzir mimeticamente nos palcos de São Paulo os efeitos que os videoclipes *K-pop* “passaram” para os fãs. Se vimos com Benjamin e Taussig que as máquinas miméticas traziam o *contato* para o ato de ver outras pessoas e paisagens na fotografia e no cinema, numa comunicação visceral que ia além do simplesmente visível, a prática do *cover* de *K-pop* mostra o comprometimento de (re)produzir com o próprio corpo esses efeitos sentidos do videoclipe. Mimetizando imagens produzidas por máquinas miméticas (computadores, tablets, celulares), os *covers* se tornam corpos humanos miméticos que buscam “passar o que os *idols* *passam*”. São fãs, que corporificando seus ídolos, podem “ter mais de perto” o objeto artístico que lhe atrai.

Conclusão

(...) o contador entoa ele mesmo para dentro da cena. Ele existe não apenas como um sujeito, mas também como um Outro mimetizado. Nesse sentido, ele, como contador e como pessoa entoada, demonstrador e o demonstrado, cria uma ponte entre o original e a cópia que traz uma nova força, uma terceira força do poder mágico para intervir no mundo humano (TAAUSSIG, 1993: p. 106, tradução minha)²⁰.

O *cover* em palco, assim como o contador de mitos evocado por Taussig, entra na história que ele mesmo conta para trazer junto de si elementos que o habilitam a “intervir no mundo humano”. Tornar-se Outro no caso estudado, dessa maneira, é conseguir momentaneamente fundir o próprio corpo *cover* às imagens vistas no videoclipe, ou, como disse Taussig, “se colocar dentro da cena”. O *cover* que mostra o seu próprio corpo em movimento (demonstrador), traz as imagens dos videoclipes (como demonstrado).

Iniciei este artigo citando os “prognósticos” de Benjamin acerca da intrusão das máquinas miméticas no universo da arte e a “proximidade das massas” em relação aos objetos de arte. Taussig (1993) nos faz entender que essa proximidade das obras de arte mediadas por máquinas miméticas tem a ver com o poder de produzir uma experiência de *contato* com o que se vê. Com Ingold e Hallam (2007), sugeri que por cópia no *cover* poderíamos entender um ato improvisado de tentar atingir um modo específico de agir no mundo a partir de “encaixes” e “combinados”. Essas referências teóricas ajudam a vislumbrar que uma possível interpretação da prática do *cover* seja considerá-la um esforço improvisado de, com o próprio corpo, produzir a experiência de *contato* vivenciado quando o *fã* vê o videoclipe.

Um desdobramento interessante dessa interpretação poderia ser o fato de que ao querer se “aproximar”, como diria Benjamin, mais ainda

20 Do original: What is more, the chanter chants himself into the scene. He exists not just as a subject but also as a mimeticised Other. In this way, as both chanter and person chanted about, as demonstrator and demonstrated, he creates the bridge between original and copy that brings a new force, the third force of magical power, to intervene in the human world.

dos objetos de arte, os covers, munidos de suas máquinas miméticas que abundam na atualidade, assumem o próprio ponto de vista da obra de arte para poder experiênciá-la, em outras palavras: assumindo o lugar das máquinas miméticas que colocam os fãs em contato com a performance dos artistas sul coreanos, os próprios covers, como fãs, criam uma nova maneira de experimentar os efeitos daqueles videoclipes que antes não existia. Na relação com o seu público – outros fãs de *K-pop* – experimentam desde um outro ponto de vista – a do próprio *idol K-pop* – os efeitos presentes no videoclipe.

Referências Bibliográficas

AHN, JoongHo; OH, Sehwan; KIM, Hyunjung. *Korean pop takes off! Social media strategy of Korean entertainment industry*. In: *Service Systems and Service Management (ICSSSM)*, 2013.

BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. In: BENJAMIN, Walter. *Magia e Técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Trad. Sérgio Paulo Rouanet, 2. ed., Brasiliense, 1994.

BENJAMIN, Walter. “A doutrina das semelhanças”. In: BENJAMIN, Walter. *Magia e Técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Trad. Sérgio Paulo Rouanet, 2. ed., Brasiliense, 1994.

CREIGTON, Millie. “Japanese Surfing the Korean Wave: Drama Tourim, Nationalism, and Gender via Ethnic Eroticisms”. *European Journal of East Asian Studies*, 2010.

GUEVARRA, Alona U. “Creating a Safe Space for Queer Teens?: Some Initial Findings on Queer Teens in K-pop Cover Groups and Fan Community”. *The AIKS Korean Studies Conference Proceedings Vol. 1*. 2014.

HIKIJ, Rose Satiko Citirana. *Imagem-violência : Mimesis e reflexividade em alguns filmes recentes* [online]. São Paulo : Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 1998. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social. [acesso 2015-04-07]. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-21012002-154835/>>.

HONG, Euny. *The Birth of Korean Cool: How One Nation is Conquering the World Through Pop*. Culture Simon & Schuster, 2014.

HOWARD, Keith. 'Exploding Ballads: The Transformation of Korean Pop Music.' In: Craig, T and King, R, (eds.), *Global Goes Local: Popular Culture in Asia*. University of British Columbia Press (Vancouver), pp. 80-95. 2002.

INGOLD, Tim & HALLAM, Elizabeth. "Creativity and Cultural Improvisation. An Introduction". In: Elizabeth Hallam & Tim Ingold (eds.): *Creativity and Cultural Improvisation*. Berg, 2007.

JUNG, Eun-Young Mark. "Transnational Korea: A Critical Assessment of the Korean Wave in Asia and the United States". *Southeast Review of Asian Studies*, 2009.

JUNG, Sun. "K-pop, Indonesian Fandom, and Social Media." In: REID, Robin Anne & GATSON, Sarah (org.) *Race and Ethnicity in Fandom, Transformative Works and Cultures*, no. 8, 2011.

KANG, Dredge Byung'chu. "Idols of Development: Transnational Transgender Performance in Thai K-Pop Cover Dance". *Transgender Studies* 1(4): 559-571. 2014.

KIM, Hyung Mi. *Hang-Guk Yonsok-Kuk: nas salas de vídeo, uma janela para a Coréia. Etnografia do conteúdo simbólico das novelas coreanas. 1996. 142f. Dissertação. (Mestrado em Antropologia Social) - Universidade de São Paulo, 1996.*

KO, N. C.; No, S., Kim; J.-N., & Simoes R. G. "Landing of the wave: Hallyu in Peru and Brazil". *Development and Society*, 43(2). 297-350. 2014.

LIE, John. "What Is the K in K-pop? South Korean Popular Music, the Culture Industry, and National Identity." *Korea Observer* 43.3: 339-363. 2012.

RAVINA, Mark. "Introduction: Conceptualizing the Korean Wave." *Southeast Review of Asian Studies*, 2009.

SCHECHNER, Richard. *Between theater and anthropology*. University of Pennsylvania Press, 1985.

SHUKER, Roy. *Popular music culture: the key concepts*. London ; New York : Routledge, 2012.

SUNG, Sang-Yeon. "Constructing a New Image. Hallyu in Taiwan". *European Journal of East Asian Studies* 06/2010.

TAUSSIG, Michael. *Mimesis and alterity*. Nova Iorque, Routledge, 1993.

Sobre o autor

Thiago Haruo Santos é doutorando em Antropologia Social pelo Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas (IFCH/UNICAMP) e também pelo Instituto de Altos Estudios Sociales da Universidad Nacional de San Martín (IDAES/UNSAM), da Argentina. É mestre em Antropologia Social pela Universidade de São Paulo, onde defendeu a dissertação de mestrado *Idols em imagens e sons, fãs em re-ação: uma etnografia da prática musical do K-pop em São Paulo*. É pesquisador pleno no Museu da Imigração do Estado de São Paulo. Integra o projeto *Musical local: novas trilhas para a etnomusicologia*, projeto temático financiado pela FAPESP.

Recebido em 18/12/2018

Aprovado em 13/02/2019