

Jogo dos sete erros

Nem tudo que parece é. Portanto, olhe com calma. Originais e genéricos convivem e atendem pelos nomes de celebridades e sócias.

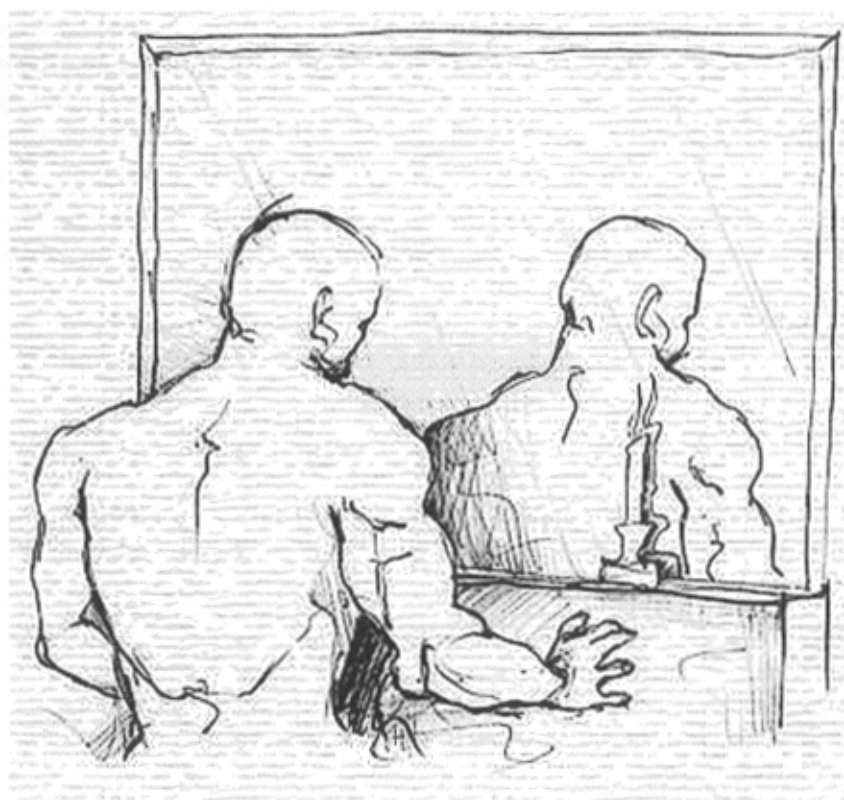
GUSTAVO BARBOSA, LUCIANA MOLETTA E MARIA FLÁVIA COELHO



Uma fotocópia jamais terá o valor de um original. Mas a semelhança entre anônimos e celebridades pode, sim, render vantagens. Você sabia que, para lucrar a partir dessa coincidência, já existem agências responsáveis pela contratação de sócias cuja função, muitas vezes, é exclusivamente atender a eventos? E que determinados sócias trabalham como dublês de astros da televisão e do cinema?

De olho nesse mercado em ascensão, muitos aspirantes a famosos se esforçam para parecer com seus ídolos. O interesse pela nova profissão pode ser despertado até mesmo pelo comentário de um amigo, dizendo que você lembra aquele cantor popular, ou o tal ator da novela. Maquiagem, dieta, cirurgia plástica e até mudança de sexo são ferramentas às quais recorrem os interessados em levar a sério a verossimilhança imposta pelo caso.

Muita gente, no entanto, confunde a denominação utilizada



para definir tais semelhanças, chamando-as de *covers*. *Cover* é diferente de sócia. Enquanto o primeiro se espelha e se baseia em outro(s), ganhando a vida através da reprodução do trabalho de cantores, atores e pessoas famosas, os sócias são "gente como a gente", e aproveitam as oportunidades que surgem em suas vidas simplesmente por se

parecerem com celebridades. Para uns, a possibilidade se transforma em carreira. Para outros, não passa de um exercício de bom humor e paciência.

Sentindo a semelhança na pele

Ser um sócia sem fazer esforço para se parecer com alguém pode causar situações incômodas e

indesejadas por conta do assédio, mas é, no mínimo, um bom motivo para fazer novas amizades. Este é o caso de Uendel Rosa dos Santos, de 24 anos, estudante de economia na PUC-Rio e a cara do jogador de futebol Robson de Souza, o Robinho do Santos.

Apesar de não jogar bem futebol, Uendel gosta de ser parecido com Robinho e acredita que a personalidade do jogador seja vantajosa na hora da comparação. "Como Robinho é uma pessoa carismática, mesmo quem não me conhece me acha simpático e 'do bem'. Passei a conhecer mais pessoas porque tem muita gente que vem falar comigo", diz Uendel. Ele diz, no entanto, que, dependendo do personagem, as semelhanças podem causar constrangimentos ao sócia, o que não é o caso dele.

Os parentes e amigos do estudante gostam de brincar com a semelhança. "Minha irmã reclama que eu pareço com Robinho, mas que não sei jogar futebol direito. Ela diz que eu poderia estar ganhando dinheiro, mas eu realmente não sou bem sucedido no campo de futebol". Uendel se diverte com as comparações, mas em certas horas prefere ficar incomunicável, como forma de evitar provocações rotineiras, como as que ocorrem sempre que Robinho está em campo. Nesses momentos, o seu telefone não pára. "Durante uma partida, meu amigo ligou reclamando que 'eu' joguei mal e era para ter feito gol. Quando o Santos joga, prefiro deixar o celular desligado, pois sei que alguém vai ligar elo-



Ser sócia de famoso pode virar meio de vida

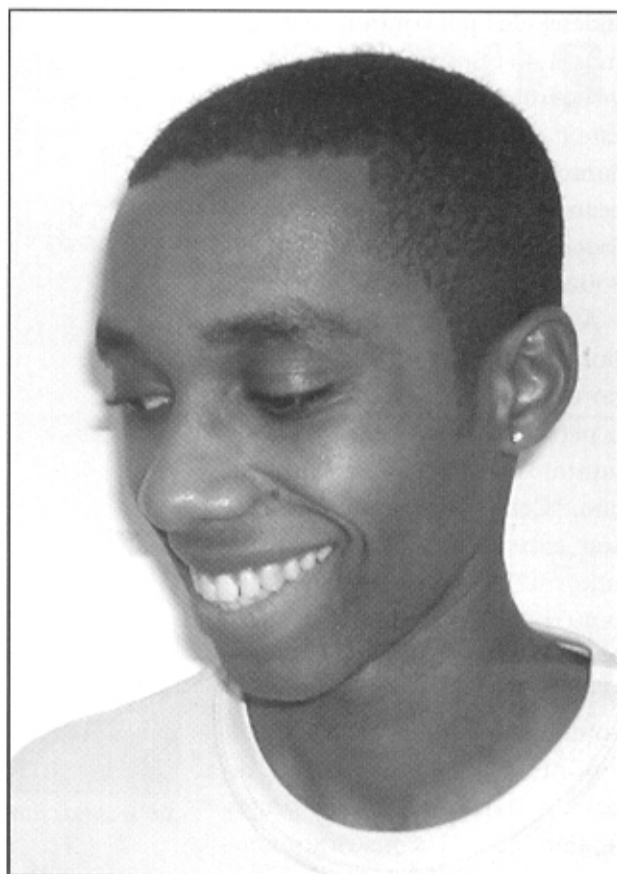
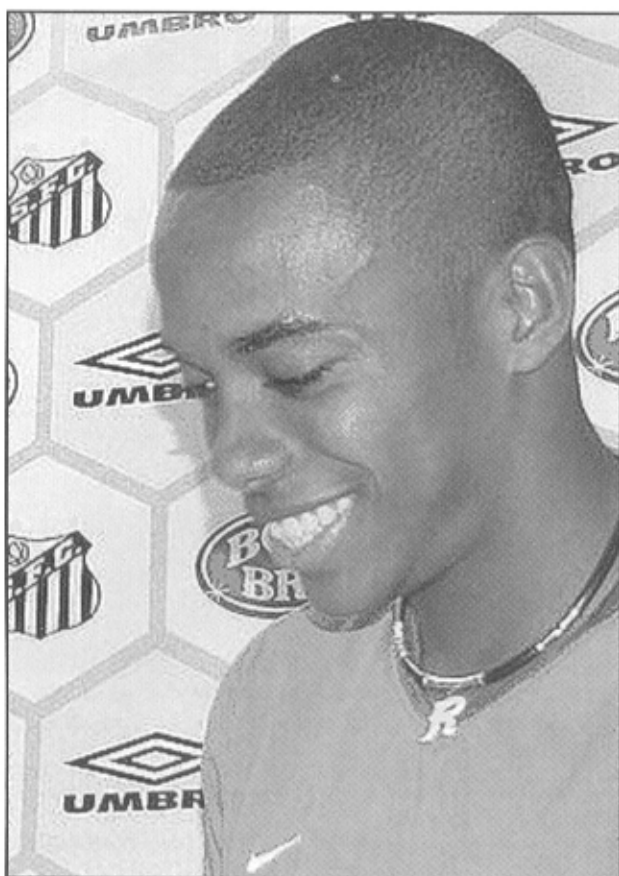
giando ou criticando a performance de Robinho", diz.

Trabalhar como sócia profissional é uma idéia que não passa pela cabeça de Uendel. Seu plano é ser um bom economista. "Sempre quis ser reconhecido nos meus estudos. Meu objetivo é seguir a área de mercado financeiro e quero montar uma consultoria", afirma. O universitário acredita que não se sentiria à vontade caso usasse sua aparência para benefício pessoal. "Ouço que eu deveria passar por Robinho e tentar entrar de graça nas boates, mas prefiro não tirar proveito. A minha personalidade não mudou por causa do Robinho. O único problema é que muita gente não sabe que me chamo Uendel e só me chama por Robinho. Sinto-me um pouco marcado pela identidade do

jogador, mas não penso em ser reconhecido dessa forma".

Irmãs por acaso

Se, para uma pessoa comum, é difícil imaginar como é a vida de uma celebridade, mais improvável ainda é pensar em se tornar amiga do artista. Raquel Elena Rinaldi, de 22 anos, atriz e estudante de Direito da UFRJ, pode se considerar uma exceção. Ela afirma que o primeiro contato que teve com Scheila Carvalho, a morena do grupo de axé É o Tchan, mudou a sua maneira de lidar com a semelhança que apresenta em relação à dançarina. "Tinha 16 anos e fui para o carnaval de Salvador. Consegui o abadá do É o Tchan e todos que passavam por mim perguntavam se eu era irmã de Scheila. Até que Beto Jamaica (ex-voca-



Uendel gosta de ser parecido com Robinho

lista do grupo) me botou para dançar em cima do trio elétrico ao lado de Scheila. Acabamos mantendo contato e nos tornamos amigas", explica.

Raquel ficou surpresa com a simplicidade de Scheila Carvalho e acredita que se estivesse no lugar da dançarina não teria agido com tanta simpatia. "De certa forma, a atitude dela mudou a minha vida porque há seis anos eu passo o carnaval em Salvador e saio no trio elétrico junto com ela. Geralmente fico hospedada na casa de Scheila e conheço sua família"

Confusão identitária

Scheila Carvalho chama Raquel de "irmãzinha" e os amigos

da estudante de Direito a chamam de "Scheilinha". Porém, apesar da amizade com a dançarina, ela acha que sua carreira artística é, de certa forma, prejudicada, devido à semelhança com a morena do Tchan. "Todo teste de elenco que eu fazia as pessoas me rotulavam de 'a garota que parece com Scheila' ou 'a sócia de Scheila'. Isso me incomodava porque nunca trabalhei profissionalmente como sócia dela. Alguns fãs acham que quero substituí-la, o que me deixava chateada, pois trabalho com teatro desde criança".

Atualmente, Raquel não se incomoda mais e nem leva a sério os comentários sobre as

semelhanças com Scheila Carvalho, embora já tenha pensado em mudar de aparência e pintar o cabelo, optando depois por não o fazer: "Não vou deixar de ser eu. Não vou mudar a minha cara só porque há uma pessoa famosa parecida comigo".

Já a carreira profissional de Maria Helena Cabral, 27 anos e sócia oficial da cantora Madonna no Brasil, começou aos 13 anos, quando ela se olhou no espelho e reparou que era parecida com a *popstar*. Embora ninguém notasse a semelhança, Maria Helena se esmerou em reforçar traços comuns entre as duas e retocou os diferentes, como o corte de cabelo. Quando conheceu a *Material Girl*, em turnê pelo país,

foi contratada imediatamente para despistar a imprensa. A semelhança entre a dublê e a cantora é tanta que jornais e revistas publicaram fotos suas como se fossem da celebridade, nas aparições na janela do Caesar Park, onde Madonna se hospedou no Rio. "Era eu quem acenava da janela. Madonna ficou o tempo todo no quarto", revela.

Um real mais real que o próprio real

Os dublês, geralmente anônimos, são contratados por agências especializadas para substituir celebridades quando elas não podem comparecer a um determinado compromisso já marcado. Segundo a agência britânica de sócias Splitting Images Lookalike Agency, muitas empresas procuram seus serviços para eventos corporativos, campanhas promocionais e comemorações. Na lista de clientes destacam-se McDonald's, Virgin, BBC e MTV. O cinema também tem tradição na utilização de sócias. São exemplos os filmes *Top Gang, ases muito loucos*, de 1991, onde são feitas caracterizações cômicas de personagens famosos, e *Correspondente estrangeiro*, de

Alfred Hitchcock, que apresenta o conceito de sócia como elemento chave do roteiro. Lançado no Festival de Cannes de 2005, o filme *Last Days*, de Gus Van Sant, mostra o ator Michael Pitt como sócia do vocalista Kurt Cobain, da cultuada banda Nirvana, que cometeu suicídio em 1994. Mas será que o público consegue distinguir o real do virtual?

A grande procura por sócias para comerciais e anúncios publicitários prova que, muitas vezes, os espectadores ficam satisfeitos com a mera representação. Ou seja, um sócia que possa trazer à telenha o ídolo de infância ou o *popstar* do momento já é o suficiente para que aquele momento pareça real. É o que o teórico Jean Baudrillard chamaria de "hiper-real": um real "mais real que o próprio real", já que se trata de uma amplificação da simulação que satura a realidade. A questão é que a realidade virtual está na moda, fazendo com que exista um *marketing* em torno da idéia de que a imagem pode ser tão ou mais interessante do que o verdadeiro ídolo, ao vivo e a cores.

Além disso, a mídia tenta fazer substituições, procurando reciclar o que

já não vende tanto mais. Você já ouviu falar, certamente, que a cantora norte-americana Britney Spears é "a nova Madonna". Isso acontece porque, na sua geração, Britney é a intérprete que mais se empenha em resgatar a liberdade de expressão simbolizada e propagada pela bem-sucedida Madonna, usando-a em clipes, fotos, capas de CDs e demais produtos relacionados à sua imagem.

Há também um outro tipo de sócia menos comum: o sócia de si mesmo. São pessoas, muitas delas artistas, que parecem parar no tempo, congelando sua imagem em um determinado momento de suas trajetórias. São coringas do mundo do entretenimento, encontrando na manutenção de sua própria imagem a fórmula do sucesso. Grandes exemplos são os apresentadores Silvio Santos, Elke Maravilha e Hebe Camargo e o cantor Roberto Carlos. Seus discursos podem mudar, mas suas aparências continuam intactas, embalsamadas.

CASO FAMOSO

Talvez o caso mais notório e atípico, envolvendo o conceito de sócia, seja o de Paul McCartney. Em 1969, surgiu um boato, de origem desconhecida até hoje, de que Paul teria morrido em um acidente de carro nas estradas de Londres. Os rumores ganharam força no boca a boca e só aumentaram com o lançamento, no mesmo ano, do LP *Abbey Road*. O disco aumentou a polêmica ao mostrar McCartney descalço e vestindo terno em meio aos outros três Beatles. O público estava convencido de que se tratava de um sócia e foi preciso o próprio Paul garantir diversas vezes que ele era ele mesmo.

