

UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
MESTRADO EM ESTÉTICA E ESTUDOS
ARTÍSTICOS

O MITO CARMEN MIRANDA E SUA REPERCUSSÃO NO BRASIL E
EM PORTUGAL
ALANA REZENDE DE ALCÂNTARA

Versão corrigida e melhorada após a defesa pública

LISBOA
JULHO 2022

UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
MESTRADO EM ESTÉTICA E ESTUDOS ARTÍSTICOS

O MITO CARMEN MIRANDA E SUA REPERCUSSÃO NO BRASIL E
EM PORTUGAL
ALANA REZENDE DE ALCÂNTARA

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Estética e Estudos Artísticos especialização em Cinema e Fotografia da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, realizada sob a orientação científica de Cristiana Tejo
Co- Orientadora: Margarida Brito Alves

Versão corrigida melhorada após a defesa pública

LISBOA
JULHO DE 2022

AGRADECIMENTOS

A elaboração dessa dissertação teve origem numa ideia que vem sendo pensada há oito anos. Essa ideia foi primeira abordada para ser o trabalho de conclusão do curso da Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo na Pontifícia Universidade Católica de Goiás, depois no âmbito de uma segunda Graduação em Artes /Teatro na Universidade Federal do Tocantins. Porém, naqueles momentos não foi possível concretizar este projeto. O interesse em discutir como um artista se torna um mito resultou de uma apresentação de conclusão de curso que assisti quando estava nos primeiros anos de faculdade no curso de Jornalismo. Ao longo do tempo, e a partir de conversas com a minha professora e ex-orientadora do meu trabalho de conclusão em Artes/Teatro, Roseli Bodnar, meu interesse pelo tema levou-me a definir como caso de estudo a Carmen Miranda.

Dessa maneira, agradeço primeiramente a Deus por estar sempre ao meu lado me guiando, a querida amiga e professora Rose que me fez ver que a artista Carmen Miranda seria um caso de estudo interessante devido sua ligação com Portugal. Durante as pesquisas comecei a me apaixonar pelo seu trabalho e pela influência que a atriz teve ao longo de sua carreira e ainda até hoje em dia inspira trabalhos artísticos tanto no mundo da moda como em outros campos. Agradeço ao meu colega de profissão Murilo por ter aberto meu interesse pelo tema mitos. A minha orientadora Cristiana Tejo por seu profissionalismo e por ter sido uma pessoa fundamental para o desempenho de minha escrita, sempre incentivando e criticando quando necessário. Agradeço também minha coorientadora Margarida Brito Alves por também acreditar na ideia do meu trabalho e pelas aulas sobre Modernismo que foram fundamentais para o desenvolvimento desse trabalho. E por fim, agradeço pela minha família por entenderem a importância de estar aqui em Portugal, pelo incentivo e apoio. Em especial aos meus pais Elena e Carmélio por sempre estarem ao meu lado, por instigarem meu interesse em me aperfeiçoar profissionalmente. Aos meus irmãos Luciano e Pedro Henrique pela amizade e companheirismo mesmo estando tão longe. Aos meus sobrinhos Arthur, Eman Joaquim que suavizam meus dias com suas fotos e vídeos trazendo tantos momentos de alegria.

RESUMO

Essa dissertação trata da relação mídia e mito, destacando sua efetiva colaboração na construção da mitologia que envolveu a trajetória de Maria do Carmo Miranda da Cunha (1909-1955), conhecida como Carmen Miranda e sua repercussão midiática em Portugal e no Brasil. Serão abordadas perspectivas como o papel da artista na luta da mulher naquela época e o modo como a mídia a via nacionalmente e internacionalmente.

Carmen Miranda, não foi somente cantora de rádio, mas também uma explosão de cores tanto nos filmes, como em suas vestimentas, foi sensação das rádios cariocas, dos discos e dos shows no Casino da Urca no Rio de Janeiro. Com seu sucesso no Brasil, novas oportunidades surgiram - entre elas, a sua ida para Hollywood em 1939, com intuito de representar o país e difundir a cultura brasileira por meio do samba, se tornando a artista melhor paga dos Estados Unidos, e levando consigo toda brasilidade tropical revestida em cores e alegria mesmo no contexto sombrio da Segunda Guerra Mundial (1939-1945). É importante destacar que, sendo filha de portugueses, nascida em Portugal e o fato do Brasil ser um país miscigenado, a cultura portuguesa também fazia parte do dia a dia de Carmen Miranda.

A tese aborda os desafios que Carmen Miranda teve que enfrentar para conquistar seus sonhos, assim como o papel que a artista teve no âmbito do rádio, da música e do cinema. Por meio de biografias, dissertações, pesquisas de campo e matérias de jornais e revistas, pode-se entender como se deu a construção da imagem de Carmen Miranda e como até hoje, seus trajes, gestos e trabalhos artísticos inspiram gerações.

Palavra-chave: Mito, identidade, cultura de massa, performance

ABSTRACT

This dissertation deals with the relationship between media and myth, highlighting its effective collaboration in the construction of the mythology that involved the trajectory of Maria do Carmo Miranda da Cunha (1909-1955), known as Carmen Miranda and its media impact in Portugal and Brazil. Perspectives such as the role of the artist in the struggle of women at that time and the way the media saw her nationally and internationally will be approached.

Carmen Miranda was not only a radio singer, but also an explosion of colors both in her films and in her clothes, she was a sensation on the carioca radio stations, in the records and in the shows at the Casino da Urca in Rio de Janeiro. With her success in Brazil, new opportunities arose - among them, her going to Hollywood in 1939, to represent the country and spread Brazilian culture through samba, becoming the best paid artist in the United States, and taking with her all tropical Brazilianness covered in colors and joy even in the dark context of the Second World War (1939-1945). It is important to highlight that, being the daughter of Portuguese, born in Portugal and the fact that Brazil is a mixed-race country, Portuguese culture was also part of Carmen Miranda's daily life.

The thesis addresses the challenges that Carmen Miranda had to face to conquer her dreams, as well as the role that the artist had in the field of radio, music, and cinema. Through biographies, dissertations, field research and articles in newspapers and magazines, it is possible to understand how the image of Carmen Miranda was built and how, until today, her costumes, gestures and artistic works inspire generations.

Keywords: Myth, identity, mass culture, performance

Sumário

AGRADECIMENTOS.....	3
RESUMO	4
ABSTRACT.....	5
INTRODUÇÃO	7
CAPÍTULO I - CONTEXTUALIZAÇÃO	8
1.1 MITO.....	8
1.2 CULTURA DE MASSA E MITO NO BRASIL.....	13
1.3 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM E DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA	23
CAPÍTULO II – EMPODERAMENTO DA MULHER NO BRASIL E EM PORTUGAL	26
CAPÍTULO III - CARMEN MIRANDA.....	37
3.1 A CELEBRIDADE QUE SE TORNOU UM MITO E SUA BAIANA ESTILIZADA	53
CAPÍTULO IV – OS MEDIA.....	59
4.1 CARMEN MIRANDA E O UNIVERSO COMUNICACIONAL DE SUA ÉPOCA	59
4.2 O ÚLTIMO ATO	83
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	88
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89

INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo, filósofos como Friedrich Wilhelm Joseph von Schelling, Eudoro de Sousa, Sigmund Freud entre outros, discutiram o tema mito e sua repercussão no mundo. As suas definições de mito contribuíram para fundamentação teórica dessa dissertação, ou seja, contribuíram para a reflexão sobre o modo como se deu a construção do mito Carmen Miranda por meio dos media da época.

Com efeito, a finalidade desse trabalho é apresentar e analisar os fatores que contribuíram para a construção do mito Carmen Miranda através dos meios de comunicação – que divulgaram para um público alargado os trabalhos realizados pela artista a fim de promover sua “marca” dentro do país que nasceu.

A análise que sustenta este trabalho será realizada com base em matérias publicadas em jornais e revistas, como o *Diário de Notícias* de Portugal ou o *Século Ilustrado*, mas também material do acervo do Museu Carmen Miranda no Rio de Janeiro que reúne informação desde a primeira aparição da artista até ao dia de sua morte. O objetivo será entendermos como Carmen Miranda alcançou o status de mito contemporâneo e influenciou gerações. Principalmente em Portugal onde, apesar de ser conhecida através dos filmes, tem menor reconhecimento enquanto do mito, pois sua influência não chegou ao nível que essa atingiu no Brasil e nos Estados Unidos.

É importante destacar que esta tese também abordará o papel da mulher na sociedade, no contexto do século XIX e XX relembrando como eram as mulheres que precederam Carmen Miranda, mas também as que lhe foram contemporâneas, a fim de entender como algumas delas se tornaram mitos de sua época. Podemos dizer que essas mulheres foram mitos em suas épocas, na medida em que transformaram gerações. Nos séculos XIX e XX, o número de mulheres de destaque é alargado e abarca vários setores, desde o cultural até o político. Nomes como Anita Garibaldi, Maria Quitéria e Princesa Isabel, no Brasil, têm assim lugar relevante.

Nesse quadro, o presente trabalho visa compreender as várias facetas de um ícone brasileiro/português que se tornou um mito: Maria do Carmo Miranda da Cunha (1909-1955), conhecida como Carmen Miranda, que foi uma cantora, atriz e dançarina luso-brasileira – e que ficou conhecida como a “Pequena Notável”.

É importante acrescentar que Carmen Miranda faz parte dos estudos culturais enraizados no Brasil. Nesse aspecto, revela-se um objeto privilegiado de estudo

acadêmico, assim como Ayrton Senna no Brasil, Marilyn Monroe nos Estados Unidos e em Portugal artistas como Amália Rodrigues, na música, e Paula Rego, nas artes plásticas.

A dissertação está dividida em quatro capítulos e considerações finais. O primeiro capítulo, dividido em três subcapítulos, começará por abordar definições de mito, convocando filósofos que escreveram sobre o assunto, além de um subcapítulo sobre mito no Brasil por meio da cultura de massa e por fim um terceiro subcapítulo é dedicado à reflexão sobre como a imagem do pensamento pode ser produzida pelo cinema, partindo da hipótese de que há encontro entre o cinema e uma certa imagem do pensamento, ou seja, como a imagem formada no pensamento, é criada para se tornar a imagem das telas e como a imagem de uma pessoa é desenvolvida a ponto de se tornar produto de consumo de massa.

O segundo capítulo aborda as mulheres do século XIX e XX, seus comportamentos, as diferenças entre as jovens ricas e as pobres, as transformações ocorridas nas áreas artísticas, principalmente com as mulheres. O terceiro capítulo, fornece um breve histórico da Carmen e um subcapítulo sobre a indústria cultural, o surgimento da baiana e como a artista usou dos media para se tornar de uma celebridade chegando ao patamar de mito.

O quarto capítulo e o último capítulo centra-se sobre o que a imprensa publicava sobre a artista em Portugal e no Brasil, utilizando os jornais portugueses *Diário de Notícias*, *O século Ilustrado* e os brasileiros *O Globo*, *Jornal a Noite*, *Gazeta de Notícias*, *Correio Brasiliense*, entre outros. Porém, será dividido em duas partes, a primeira com a repercussão da artista ainda viva e a outra após a sua morte. Incluindo ainda, considerações finais e referências bibliográficas e eletrônicas nas notas de rodapé.

CAPÍTULO I - CONTEXTUALIZAÇÃO

1.1 MITO

O mito é visto como algo não real, a sua construção parte de vários aspectos, e ao estudarmos o mito percebemos que não existe uma definição única. Existem conceitos desde a origem dos tempos, como mitos cósmicos que se relacionam com a natureza, os mitos antropológicos, ligados à humanidade, mitos relacionados com a cultura e bens culturais, assim como mitos gregos relacionados com os deuses e semideuses (como Hércules e Ajax).

Segundo o novo dicionário Aurélio da Língua Portuguesa (2004, p. 1.341), o mito é

“narrativa dos tempos fabulosos ou heroicos, narrativa na qual aparecem seres e acontecimentos imaginários, que simbolizam forças da natureza, aspectos da vida humana, representação de fatos ou personagens reais exagerada pela imaginação popular, pela tradição, narrativa de significação simbólica transmitida de geração a geração e considerada verdadeira ou autêntica dentro de um grupo, imagem simplificada de pessoa ou acontecimento não raro ilusória, elaborada ou aceita pelos grupos humanos e que representa significativo papel em seu comportamento”.

Nesse sentido, o mito antes de tudo é linguagem, pois todo o mito parte de uma história. Segundo Roland Barthes (2010, p.200) pode se conceber que haja mitos antiquíssimos, mas não eternos; pois é a história que transforma o real em discurso; é ela e só ela que comanda a vida e a morte da linguagem mítica. A linguagem mítica seria para alguns estudiosos uma forma de comunicar aquilo que lhe é característico, ou seja, sua forma épico textual e seu discurso particular que não pode ser transmitido nos padrões da verdade no modo como entendemos. Para Schelling (1992, p.28-29), filósofo alemão, o mito é autorrevelação do absoluto, parte integrante do processo teofânico. Enquanto, Eudoro de Sousa, filósofo luso-brasileiro é da sensibilidade, ligada à esfera do estético, que parte o impulso mítico, revelador de mitos, estando o mito ontofanicamente associado à fascinante presença do divino para ambos, o mito não é alegoria, expressão fantasiosa que representa outra coisa, mas tauteogoria, relato e expressão do que em verdade é.

Manuel J. do Carmo Ferreira (2008, p.252), em seu artigo “*Uma Mitologia da Razão*”, divide suas ideias sobre uma nova mitologia em três partes. Na primeira, liga o mito à beleza, à imaginação transcendental de uma função poética; na segunda parte, estabelece uma reflexão entre o ideal e o real, e, no terceiro grupo, propõe uma mitologia da razão, projetada a síntese recapitulativa da arte, do sensível e da metafísica, do racional, como religião, efetiva mediação como “alma do mundo que tudo vivifica”. Ela sacia - como escreve Fr. Schlegel- “o sentimento da vida com a ideia do infinito”.

Essa linguagem do mito vai além da linguística, ela perpassa também pela semiologia. Segundo Barthes (2010, p.201- 205), a mitologia é apenas um fragmento dessa vasta ciência de signos que Ferdinand de Saussure postulou há cerca de 40 anos sob o nome de Semiologia. O autor diz ainda que o mito dentro da semiologia, faz parte do esquema tridimensional executado por Saussure, mas o mito é um sistema particular, visto

que ele se constrói a partir de uma cadeia semiológica que já existe antes dele, ou seja, o mito na semiologia é apenas um pedaço de como o mito pode ser analisado.

Dentre os filósofos que discutem o que é mito podemos citar Hegel (1997, p.152) que escreve:

Para compreender no interior dos diálogos a inteligência de sua filosofia é, portanto, necessário “penetrar”, da ideia filosófica, aquilo que pertence à representação, de maneira especial quando ele, para expor uma ideia filosófica, recorre a mitos: somente dessa forma será possível reconhecer que tudo o que pertence à representação enquanto representação, não é da pertinência do pensamento, não é essencial

Essa relação entre mito e representação está ligada à nossa sociedade, pois desde sempre temos o interesse pelo mítico, temos a necessidade de produzir heróis míticos, ideias míticas. Na atualidade, esses mitos passaram de heróis como Hércules, para artistas como Michael Jackson, Marilyn Monroe, e em especial, no contexto deste trabalho, Carmen Miranda. Assim, como Hércules e Ajax, estas figuras povoam o nosso imaginário fazendo-nos querer ser como eles. Os heróis míticos da atualidade nos fazem sonhar, nos fazem querer se espelhar em seus feitos e, principalmente, constituem pontos de referência, funcionando como modelos a seguir. Essas mudanças ocorreram devido a própria evolução da sociedade e o fato do mundo se tornar mais globalizado.

De acordo com Nádia Sels (2011, p56), um dos filósofos a pensar o mito foi Sigmund Freud que, em 1932, afirmou: “A teoria dos instintos é, por assim dizer, nossa mitologia. Instintos são entidades míticas magníficas em sua indefinição¹”. Essas afirmações, feitas por Freud no final de sua vida parecem ser sua palavra final sobre um problema que o havia ocupado em várias instâncias de sua carreira: a relação entre psicanálise e mitologia.

Entre os filósofos que compartilharam as ideias de Freud, destaca-se um dos seus aprendizes, Carl Gustav Jung. Suas pesquisas sobre mitos, porém, foram além das análises da psicanálise na mitologia de Freud, dado que Jung entendia que as ideias freudianas eram apenas um dos meios de entender os mitos da humanidade.

¹ “The theory of the instincts is so to say our mythology. Instincts are mythical entities magnificent in their indefiniteness”.³ These statements, made by Freud near the end of his life, seem to be his final word on a problem that had occupied him at several instances of his career: the relationship of psychoanalysis and mythology (Text Original - MYTH, MIND AND METAPHOR - On the Relation of Mythology and Psychoanalysis)

Para Edgar Morin (1977, p. 15), “Esta penetração se efetua segundo trocas mentais de projeção e de identificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura como nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores ancestrais, os heróis, os deuses” Essa imagem da cultura representada por Edgar Morin, também faz parte de uma identidade entrelaçada nas linguagens e nas representações existentes dentro dos mitos atuais. Assim, é importante destacar o que a pesquisadora Nádia Sels diz sobre o pai fundador do moderno estudo do mito: Giambattista Vico. Suas ideias sobre mito ou ausência dele no pensamento pós-moderno proporcionaram um novo olhar para o que hoje vimos o mito. A psicanálise, por exemplo, vê o mito como parceiro, pois ambos lidam com o irracional, utilizam linguagem metafórica e trabalham com histórias.

De acordo com Sels (2011, p.60), Joseph Campbell, inspirado nos textos de Jung, afirmava que “o mito era uma matriz ilimitada de significação: Não seria demais dizer que o mito é a abertura secreta através da qual as inesgotáveis energias dos cosmos derramam a manifestação cultural humana”

Enquanto pensadores como Freud, viam o mito apenas de uma maneira, pensadores funcionalistas entendiam o mesmo como parte de um sistema. Segundo Pedro Rego apud Bernardo Bernardi (1998, p,54) " A análise moderna pôs os mitos sob outra perspectiva, como parte integrante de uma cultura particular, pertence à sua linguagem e neste sentido o seu valor é completo e verdadeiro". Rego diz ainda que a visão funcionalista aparece mais preocupada com o papel do mito do que preocupada em saber se o mito corresponde à verdade ou não. Se é verdade ou não, não interessa, o que interessa é saber para que serve e que papel desempenha para os seres humanos de uma cultura em particular.

Essa busca sobre a significação dos mitos é o que torna as histórias mitológicas tão interessantes para o ser humano que usa dessas descobertas como meio de construção do seu sistema cultural. Já para Adolpho Crippa (1975, p. 15), o mito tenta esclarecer a realidade que desejamos compreender, situando o homem no tempo e no espaço. Tal como o definiu:

Manifestação primordial de uma determinada concepção do mundo, o mito é para quem o vive como forma de realidade e para o mundo inteligível que dele nasce, uma totalidade indefinível. Configura o mundo em seus momentos primordiais, relata uma história sagrada; propõe modelos e paradigmas de comportamento; projeta o homem num tempo que precede o tempo; situa a história e os empreendimentos humanos num espaço indimensionável; define os limites

intransponíveis da consciência e as significações que instalam a existência humana no mundo. As definições do mito justificam-se enquanto tentativas de aproximação, enquanto esforços voltados para o esclarecimento de uma realidade fundamental que desejamos compreender. Todas são válidas, na medida em que nenhuma absorve a totalidade da riqueza mítica.

De acordo com o escritor K.K. Ruthven (1997, p.13), autor da obra *O Mito*, os mitos “são imunes à explicação racional, mas estimulam pesquisas racionais (...) existe uma grande diversidade de interpretações contraditórias, e nenhuma delas possui o alcance suficiente para explicar definitivamente o que é mito”.

Porém, com o passar dos anos, o homem começa a enxergar os erros nos mitos da época e começa a modificá-los e/ou criar outros. Ruthven (1997, p.63) afirma que “os mitos podem suportar quase todos os tipos de tratamento, com exceção da indiferença ou da solitude da sabedoria histórica”. Uma das primeiras estruturas a modificar os mitos da época, foi a igreja. O culto dos mitos pagãos não era bem-vistos pela igreja e ela se encarregou de desestimular o culto aos mitos, mas sem deixar de aproveitar da força de seus ensinamentos. Logo, tratou de substituir antigos mitos por “novos”, como por exemplo, a troca de Hercules por Sansão.

Essa busca pelo mito, é uma forma de justificar nossa existência, o mito é capaz de entreter as pessoas por causa de seus ensinamentos. Para Joseph Campbell (1997, p.40), os mitos trazem histórias de sabedoria da vida humana. Malinowski afirma que o mito se tornou uma espécie de guia do funcionamento social. Para ele, o mito “funcionava como uma explicação que saciava a ânsia de conhecimento, funcionava como satisfação de profundos desejos religiosos. Ora era a função de salvaguarda da moralidade, ora a função de possuir regras práticas para guiar o homem”.

Nesse sentido, a oralidade, que antes era o meio de transmissão dos mitos clássicos deu lugar para as novas tecnologias. A nova era das ciências trouxe os meios de comunicação, a velocidade da informação e um mundo mais globalizado criando mitos e modificando os antigos. Segundo o artigo “Imagem no Cinema”, da autoria de Federico Fellini (s.d, p. 73) essa era acarretou uma revolução que afetou as comunicações em todos os níveis, desde a captação e a manipulação até a distribuição, abrangendo todos os meios: textual, imagético e sonoro. O gerenciamento por recursos computacionais dos meios de representação tradicionais e o surgimento de novos meios trouxeram um novo potencial de produção e troca de informações e significados, produzindo um profundo impacto no desenvolvimento da sociedade e da cultura contemporâneas.

Nos dias atuais, não temos mais mitos mágicos, e os novos mitos, ou mitos contemporâneos são agora os artistas, os desportistas etc. Agora são os meios de comunicação que se encarregam de propagar os novos mitos. Campbell (1997, p.26) afirma que ainda precisamos de mitos: “precisamos de mitos que identifiquem o indivíduo, não com o seu grupo regional, mas com o planeta”. Os artistas, porém, precisam compreender a mitologia e a humanidade. Ainda segundo Campbell (1997, p.29), o artista se transforma em mito “quando se torna um modelo para a vida dos outros, a pessoa se move para uma esfera tal que se torna passível de ser mitologizada.

Os atores de cinema, por exemplo, desempenham papéis de figuras míticas, talvez por conta de toda a magia e toda a grandiosidade que envolve a indústria cinematográfica. Existe algo magnífico nos filmes, a pessoa que você vê está ao mesmo tempo em algum outro lugar. Esse é um atributo de um Deus. Nesse sentido, o próximo subcapítulo vem definir como se apresenta mito dentro da cultura de massa e como um artista se desenvolve a ponto de se tornar um mito, em especial, na América Latina.

1.2 CULTURA DE MASSA E MITO NO BRASIL

O mito pode ser representação, semiologia, uma mensagem e, no caso da cultura de massa, é algo multicultural, ou seja, mostra que nosso mundo, é um mundo que se caracteriza por uma grande heterogeneidade. De acordo com Daniel Innerarity (2004, p.65), o multiculturalismo é um sistema sociocultural convencido de sua própria contingência e interessado em relacionar as distintas versões do mundo que compõem em uma sociedade pluralista.

Para possibilitar esse intercâmbio de culturas que hoje determina a sociedade é necessário entender os contornos e peculiaridades existentes sobretudo desde o final do século XIX. Nesse sentido, a evolução do Brasil de acordo com Renato Ortiz (1985, p.15-16), perpassa pelos parâmetros de raça e meio que fundamentam o solo epistemológico dos intelectuais brasileiros de fins do século XIX e início do século XX. Para este autor, a interpretação de toda a história brasileira escrita nesse período adquire sentido quando relacionada com dois conceitos chave: meio e raça.

Entre os autores que discutem raça e meio podemos citar Sílvio Vasconcelos da Silveira Ramos Romero (1954, p.4, apud ORTIZ, 1985, p. 16), escritor, político,

historiador e folclorista brasileiro, que afirmou que “a população brasileira era dividida em habitantes das matas, das praias e margens de Rio, dos Sertões e das cidades”.

A este propósito, Ortiz (1985, p. 16), afirma também que,

o Brasil não pode ser uma mera cópia de Portugal, pois, está vinculado às particularidades nacionais que se revelam através do meio e da raça. Ser brasileiro significa viver em um país geograficamente diferente da Europa povoado por uma raça distinta da europeia.

A cultura é antes de tudo uma cultura de classe, ou seja, a cultura de um povo faz o indivíduo ser quem ele é, e determina seu comportamento. Para Steve Pinker (2004, p.99), o homem deixa de ser considerado como uma tabula rasa, ou uma fita magnética virgem, sendo dessa forma produto da cultura onde nasce. Assim, voltamos a ideia de Renato Ortiz, de que o meio é fator importante para evolução de determinada cultura, possibilitando que essas culturas se desenvolvam ou regridam. Conforme os parâmetros, mencionados por Ortiz, tudo dependerá de como certa cultura interage com as demais. Nesse sentido, percebemos por que o povo brasileiro é uma mistura de raça e culturas diversas.

O Brasil era uma colônia de Portugal até 1822 e o país se tornou República em 15 de novembro 1889. Com a mistura de negros, europeus e índios, surgiu uma unificação cultural. Segundo Fernando de Figueiredo Balieiro (2014, p.13), “um espetáculo das raças” era a forma como parte do pensamento europeu via o país como caracterizado pela intensa diáspora africana que, com os elementos portugueses e nativos, produzira um país caracterizado pela miscigenação.

Mediante a miscigenação do povo brasileiro, os europeus acreditavam que o Brasil era uma raça inferior da ascendência europeia. A própria elite brasileira acreditava em um ideal que não se valia para o restante da população, o ideal de branquitude. De acordo com Richard Miskolci,

[...] um ideal criado pelas elites brasileiras entre o final do século XIX e início do século XX, o qual adquire mais importância no regime republicano. [...] a branquitude era um ideal presente em vários discursos, dos políticos aos médicos e literários, os quais encontravam nela um denominador comum do desejo da nação, valor fundamental que guiava as demandas elitistas de branqueamento de nosso povo. Branquear não era apenas ou exatamente um projeto de transformação demográfica, mas também e principalmente de moralização coletiva. A

despeito de seu foco em toda a população, tratava-se de um desejo das elites dirigentes, esmagadoramente formada por homens, e que interpretavam a branquitude como um valor próprio que a caracterizava e distinguia do povo (MISKOLCI. 2012, p.51).

Porém essa ideia não foi adiante. Em 1930, esse pensamento foi se modificando devido à construção de uma identidade nacional positivista. Com esse pensamento de que o povo brasileiro é uma mistura de raças e culturas, podemos entender o sociólogo Antônio Sérgio Guimarães (2002, p.121) quando afirma que “não somos brancos, negros ou índios, mas uma nação: somos um povo mestiço. Durante esse processo, muitas mudanças ocorreram, como crescimento dos centros urbanos, o investimento em educação ou a formação de quadro burocráticos.

A esfera pública é o começo da construção da opinião pública e posteriormente da cultura de massa. Segundo Jürgen Habermas (2003, p.92), a concepção de esfera pública é um conceito que abrange diversas dimensões de definição e análise. Nesse sentido, a esfera pública,

não pode ser entendida como uma instituição, nem como uma organização, pois ela não constitui uma estrutura normativa capaz de diferenciar entre competências e papéis, nem regula o modo de pertença a uma organização etc. Tampouco ela constitui um sistema, pois, mesmo que seja possível delinear seus limites internos, exteriormente ela se caracteriza através de horizontes abertos, permeáveis e deslocáveis. A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdo, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos.

Assim, é a partir da esfera pública, e em particular com o contributo da comunicação social e em especial o do jornalismo, que a sociedade começa a alterar pontos significativos na comunidade, desde logo o modo de se fazer política. Durante o século XX, a esfera pública fazia parte da representação da nação, mas também foi nessa época, em particular nas décadas de 1920 a diante que eclodiu o que chamamos hoje de cultura de massa e os meios de comunicação como o rádio e o cinema. O cinema foi porta de entrada para televisão, nos países periféricos, mas ao pensarmos na cultura de massa, a televisão é o meio através do qual a informação é divulgada na sociedade. Grande parte da população acredita que se está na TV então é verdade. A ideia não é construir um indivíduo com opiniões, mas produzir um sujeito que pensa como o sistema e se adapta quando o sistema se modifica, de acordo com o que lhe é oferecido.

Para entendermos cultura de massa, temos que entender o termo indústria cultural criado por Theodor Adorno que acreditava que o indivíduo é passivo aos meios de comunicação, ou seja, se a mensagem é transmitida por grupos poderosos (televisão, cinema) essa mensagem pode influenciar valores e ideias, além de legitimar projetos políticos e econômicos. A este propósito, Adorno afirmou:

Suspeito muito do uso que se faz em grande escala da televisão, na medida em que creio que em grande parte das formas em que se apresenta, ela seguramente contribui para divulgar ideologias e dirigir de maneira equivocada a consciência dos espectadores (ADORNO, 2010, p. 77).

Nessa busca de Adorno na conceituação do termo indústria cultural, não podemos deixar de citar outro filósofo e pesquisador, Walter Benjamin (2003, p.1), que produziu reflexões sobre a técnica de reprodução da obra de arte, no caso particular, o cinema, compreendendo os resultados sociais e políticos dessa massificação, o que Adorno estabeleceu como indústria cultural.

Outro autor que discutiu as ideias de Adorno foi Rogério Marques de Paiva, em sua dissertação de mestrado intitulado “Indústria Cultural de Guerra em Hollywood”. Nesse trabalho, Paiva (2012, p. 14) afirma que:

Para Adorno e Horkheimer, a indústria cultural além de adaptar seus produtos ao consumo das massas, determina o próprio consumo. A indústria cultural seria a indústria da diversão e o negócio, a ideologia. A diversão é almejada por quem desejava escapar do processo de trabalho mecanizado. No entanto, na visão de Adorno, a diversão apenas se constituiria no prolongamento do trabalho, pois a mecanização exerceria um poder sobre as pessoas e sua diversão, na medida que determinaria a fabricação das mercadorias destinadas ao lazer.

Exemplos dessa mercadoria seriam a televisão e o cinema, os filmes. No olhar de Adorno (2012, 14), “estas mercadorias eram um meio de controlar as ideias e pensamentos do indivíduo”, ou seja, como uma lavagem cerebral, programados para se sentirem desconfortáveis a qualquer coisa que não seja semelhante ao que indústria cultural fornece. De certa forma, é exatamente o que acontece quando compramos algum produto que um artista divulga ou usa. A indústria cultural utiliza as técnicas dos meios de comunicação para ampliar o consumo de massa, impedindo que o indivíduo pense de forma crítica e vendo as publicidades e merchandising como entretenimento ficando mais suscetível a adquirir tal produto. Assim, também os trabalhos que Carmen Miranda

realizou e transformou em consumo de massa, como veremos neste trabalho, foram decisivos para que a artista se tornasse um mito.

No início do século XX, o Brasil também estava montando seu modelo de escrever sobre cultura, e a sociedade moldava seu pensamento conforme as transformações de cunho cultural e económico. E, por meio da cultura de massa, difundia hábitos e práticas de consumo. Por exemplo, ao consumirem as revistas sobre as artistas de Hollywood, as mulheres procuravam subsequentemente imitar suas roupas e acessórios. E essa influência se refletia nos meios artísticos, na música, pintura e teatro, alimentando o mercado de entretenimento e criando a sociedade do espetáculo. De acordo com Guy Debord (2003, p.14), o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas mediatizada por imagens. É uma visão cristalizada do mundo.

Para Stuart Hall (2003, p. 44), a cultura não é uma questão do que as tradições fazem de nós, mas daquilo que nós fazemos das nossas tradições. Já a cultura de massa, é algo produzido e distribuído pela mídia e seu consumo é imediato.

A cultura de massa brasileira que foi construída no final do século XIX e início do século XX. Estava, de certa forma, ligada aos interesses políticos entre o Brasil e os Estados Unidos. De acordo com Daniel Piza (2008, p. 16), “na segunda metade do século XIX os críticos americanos se multiplicariam à medida que o país crescia e sua cultura se solidificava”. No Brasil, o jornalismo cultural só ganharia força no final do século XIX, naquela época ainda estava sendo construído o que hoje chamamos de jornalismo cultural, e as críticas culturais eram escritas por escritores literários. Piza (2008, p.17) afirma também, que a forma de escrever sobre cultura começou a mudar depois que o irlandês George Bernard Shaw (1856 -1950) escreveu e publicou em 1890 um texto intitulado “G.B.S”. Segundo o autor, depois de um início fracassado de carreira como romancista e antes do sucesso mundial como dramaturgo, Shaw foi sucessivamente crítico de arte, teatro, literatura e música em publicações como *Saturday Review* e *The World*.

Sua coluna semanal iniciada nessa publicação em 1890 e intitulada simplesmente G.B.S. misturava polêmica política, observação social e análise estética, era discutida em toda a Inglaterra e sua repercussão chegava a outros países, especialmente os EUA e criou um modelo de jornalismo cultural. (PIZA,2008, p.17)

Piza (2008, p.17) afirma ainda que as críticas das artes saíram de seu circuito de marfim: Shaw as lançou no meio da arena social, exigindo que se comprometessem com as questões humanas vivas, mostrando, por exemplo, que uma ópera de Mozart era

composta de muito mais elementos que as belas melodias e o figurino pomposo. O crítico cultural agora tinha de lidar com ideias e realidades não apenas com formas e fantasias.

Quanto mais globalizada a sociedade ficava, mais produtos americanos eram inseridos no cotidiano do brasileiro, enquanto outros países, como França e Itália, tentaram entrar no mercado, mas sem sucesso. E quando Carmen Miranda se inseriu no mercado americano, com seus filmes, fortaleceu ainda mais a parceria entre Brasil e Estados Unidos. Apesar das culturas serem diferentes, essa disseminação cultural permitiu a abrangência da cultura de massa, desenvolvendo produtos nem sempre imparciais. Assim, a indústria cultural tem uma faca de dois gumes: se por um lado atua como uma difusora de cultura, por outro lado corresponde a um alienador, comercial e padronizador.

Walter Benjamin (2003, p.1), possui uma teoria materialista da arte, cujo desenvolvimento do estudo aponta para compreensão das causas e dos resultados da aura que envolve a obra de arte, tratada enquanto objeto individualizado e único. A expansão do que é único é dado através da técnica de reprodução que estabelece a dissolução da aura original, portanto, rompe com as restrições dos pequenos ciclos, dos pequenos grupos sociais, neste caso considerado enquanto aristocráticos e religiosos, ganhando uma dimensão social mais ampliada. A técnica que viabiliza a amplitude desse processo é o cinema, que carrega consigo uma radical mudança quantitativa na relação das massas com a arte. Segundo Sonia Murrach (2009, p.16), “A cultura da imagem, a sociedade do espetáculo, a pasteurização da informação, o dirigismo da mídia, a prevalência da quantidade sobre a qualidade são alguns dos aspectos constitutivos da organização social que já estão presentes na educação, na medida em que os indivíduos devem ser preparados pra corresponder aos requisitos da sociedade de massa”.

Nesse sentido, pode se entender que quando um artista, um jogador de futebol, ou nos dias de hoje um influencer, usa e divulga algo em suas redes sociais ou na televisão, é certeza que esse algo se tornará num produto de consumo de massa. Mas como acontecia essa influência em uma época em que não existiam redes sociais? Nosso objeto de estudo, Carmen Miranda, influenciou a moda, a cultura de gerações tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos. Essas transformações ocorriam a partir da “boca a boca”.

Nesta ótica, os produtos de consumo da cultura de massa são meios que ajudam na construção do artista que se encaminha para se tornar um mito. Essa cultura é formada

por símbolos, imagens, mitos e normas que amparam e norteiam os intuitos, desejos e emoções do indivíduo.

De acordo com Káritha Bernardo Macedo², “a modernidade caracterizada por Koselleck pelo movimento e pela alteração dos sentidos identificada na linguagem, pode ser pensada através da pluralidade de linguagens e representações dos próprios objetos e personagens da história, pois os próprios atores sociais são reconstruídos a partir destas”. Por outro lado, temos que entender também que as identidades culturais surgem a partir dos grupos sociais e suas ideias. Essas construções simbólicas, representações que constrói o artista.

Macedo afirma que essa (as) identidades brasileira e latino-americana, vêm das narrativas de identidade construídas simbolicamente,

a partir das canções, imagens e filmes de Carmen Miranda, diferentes formas de linguagem que constituíam os atos performáticos necessários para sua materialização. Junto à discussão de identidade estão sempre atrelados questionamentos sobre quais seriam suas formas de representação, seus símbolos, suas paisagens e seus sujeitos, e o que se pode perceber é que sobre a imagem e a performance de Carmen Miranda vários desses elementos são unificados³.

A identidade nacional foi um processo importante nos anos 30 e 40 no Brasil, pois era a partir os símbolos de nacionalidade que o Brasil construiu sua imagem fora do país. No início do século XX, segundo Káritha Macedo (2011, p. 104-105),

nota-se um incentivo generalizado à afirmação romântica das tradições da nação e do povo brasileiro como base da sustentação da modernidade, que atuou nos mais diversos movimentos, tendo como ponto de partida a Semana de Arte Moderna de 1922. De tal modo, o movimento modernista representou um grande incentivo para a formação da identidade que seria marcada na década de 1940.

Para Renato Ortiz (2001, p.35), essa década dá início a uma nova relação entre cultura e modernização da sociedade brasileira. Os modernistas fomentaram a atualização do Brasil em relação aos movimentos culturais e artísticos que ocorreram no exterior; ao mesmo tempo em que buscaram novas raízes nacionais. Valorizando o que haveria de mais autêntico no Brasil, seu lema era que só seríamos modernos se fôssemos nacionais.

² Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/temposhistoricos/article/view/9088>> Acesso em 25 de julho de 2020

³ Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/temposhistoricos/article/view/9088>> Acesso em: 25 de julho de 2020

Pautados por esse preceito, estavam determinados a construir um novo país através da arquitetura, da poesia, literatura, pintura, teatro etc., alavancando também a construção de uma identidade nacional.

Nessa busca de valorizar a nacionalidade, o governo começou modificando a grade escolar, pois acreditava que para se criar uma identidade nacional precisava investir na literatura, música, cinema, dando ao povo modelos regionais e nacionais para seguir. Nesse contexto as primeiras medidas legais foram:

de natureza nacionalizadora e foram tomadas durante a I Guerra Mundial, atingindo as escolas primárias particulares com ensino em alemão. Decretos estaduais mudaram os currículos para incluir disciplinas de língua portuguesa, educação cívica, história e geografia do Brasil, e obrigaram a adoção de livros didáticos de autores brasileiros. Tais providências ficaram sem efeito após a guerra; na década de 20, só o estado de São Paulo procurou nacionalizar o ensino primário. O clamor pela nacionalização do ensino encontrou respaldo na veemência com que os jornais em língua alemã defenderam o sistema escolar teuto-brasileiro em nome da manutenção das tradições germânicas. No entanto, sem intervenção direta, a partir de 1933 a única providência concreta do governo federal consistiu na concessão de auxílios aos estados para ‘nacionalização do ensino’ (SEYFERTH. 1999, p.219-220).

Conforme Ernst Hans Josef Gombrich (1986, p.337), “toda comunicação humana se faz através de símbolos, através do veículo de uma linguagem, e quanto mais articulada for a linguagem, maior a chance de que a mensagem seja transmitida”.

É neste sentido que podemos reconhecer que a baiana de Carmen Miranda é um símbolo de identidade. Sua baiana representava elementos de negritude, mas controlado pelo padrão de branquitude e pelos códigos dos modernos meios de comunicação de massa, nesse caso, o cinema. E suas representações e performances estavam interligadas na população afro-brasileira e na sensualidade da mulher brasileira.

A este propósito, vale a pena lembrar que, no século XIX, com a chegada da corte portuguesa e das costureiras francesas, as baianas do Rio se viram obrigadas a incrementar suas roupas, para conseguirem vender seus acarajés⁴. Foi nesse século, devido a uma postura municipal carioca que começou a ser exigido que elas só poderiam trabalhar como quituteiras se mantivessem suas roupas de baiana absolutamente alvas.

⁴ Comida típica baiana, bolinho feito de massa de feijão-fradinho, cebola e sal, e frito em azeite de dendê, é servido com pimenta, camarão seco, caruru e vatapá (também uma iguaria africana), sendo relativamente comum a adição de vinagrete.

Porém, as vendas de cocadas e acarajé costumavam ser apenas fachada legal dessas senhoras gordas e joviais, que eram, na verdade, líderes religiosas de suas comunidades nos entornos da praça onze. Essa religião, naturalmente é o candomblé. Mas elas também eram as animadoras do samba e do choro que se tocavam em suas casas. Assim, quando as escolas de samba foram fundadas, em fins da década de 1920, as baianas foram as primeiras a formar uma ala e conquistar seu lugar nos desfiles – ala, essa obrigatória desde 1933. E a baiana como fantasia já existia há muito tempo no carnaval. Por ser considerada simples a fantasia de baiana (uma bata de algodão, uma saia de renda, alguns colares e pulseiras de pedraria e turbante, com ou sem cestinha de frutas de cera), e podia ser feita até de chita, a baiana não era bem recebida nos bailes de gala do Carnaval. Daí que as atrizes, ao usá-las em seus números “baianos” no teatro de revista e nos cassinos, tivessem que estilizá-las, para que aparecessem mais luxuosas. E isso não começou com Carmen, mas muito antes. A primeira baiana estilizada de que se tem notícia no teatro de revista foi a da estrela Pepa Ruiz⁵ e desde então as baianas nunca saíram de palco. Segundo Castro (2005, p. 171), “em 1933, elas estavam tão integradas no cenário artístico que o filme “Voando para o Rio”, mostrava um coro, no show do Copacabana Palace”.

A mulher criada pela sociedade brasileira surge a partir das ideias europeias e americanas inseridas na sociedade brasileira. Segundo Cristina Azambuja (2003, p.85), “no início do século XX, a mulher estava desestruturando a instituição familiar com suas atitudes e ideias. Muitos acreditavam, ao lado de teóricos e economistas ingleses e franceses, que o trabalho da mulher fora de casa destruiria a família, tornando os laços familiares mais frouxos, além de debilitar a raça, uma vez que as crianças cresceriam soltas sem a constante vigilância das mães. Assim, o perigo iminente era de que as mulheres deixariam de ser mães dedicadas e esposas carinhosas caso trabalhassem fora do lar e que rapidamente se desinteressariam pela maternidade e casamento”. A dúvida estava relacionada com a questão de que seduzidas pelas facilidades do mundo moderno,

⁵ Atriz espanhola - Sobre o desempenho da atriz espanhola, Santos Gonçalves comenta: Os cinco primeiros, uma cena a que Sousa Bastos pôs o título de Concurso Internacional, - consistem na apresentação de outros tantos tipos diversos de mulher – a italiana, a francesa, a espanhola, a baiana e a portuguesa – cantando cada uma alguma das canções mais em voga do seu país. Este trabalho é simplesmente um dos mais primorosos que Pepa tem feito. Nenhuma das cinco mulheres se parece com a outra. A suave melancolia da italiana cantando em tom meigo e dolente a Mandolinata, a alegre desenvoltura da francesa entoando uma cançoneta petulante, o salero inexcedível da espanhola executando uma canção característica, a voluptuosidade langorosa da baiana exibindo umas trovas brasileiras cheias de cunho nacional, e a graça da portuguesa cantando o fadinho, tudo isto Pepa faz destacar tão bem e frisa tão perfeitamente e acentua de tal forma, que, de mais formações, mal parece uma só atriz a desempenhar os cinco papéis. (GONÇALVES apud TIBAJI, 2014, p. 173-174)

pelo discurso radical do feminismo e do anarquismo as mulheres deixariam de ser mulheres, ou melhor, deixariam de exercer seu devido papel na sociedade. As novas conquistas das mulheres europeias influenciaram gradativamente o perfil da mulher brasileira, aumentando também o crescimento do mercado de consumo transformando a mulher brasileira dona de casa, umas das suas maiores consumidoras. Esse novo modo de vida, é incorporado pela alta sociedade, que podia desfrutar de tais produtos. Segundo Araújo (2002, apud Azambuja, 2003, p.85), a sociedade da década de 30 criou mecanismos para diferenciar-se socialmente, ela almejava mostrar-se civilizada e queria realmente representar um “lugar social”. Sem dúvida, a sociedade desse período prezava pelo acúmulo de bens e de intelectualização. O consumismo aumentava cada vez mais e naturalmente a mulher representava a grande consumidora de produtos para sua família. As donas de casa que se preocupavam com o bem-estar de seus filhos e marido dedicavam boa parte de seu tempo folheando revistas à procura de novos produtos”. Nesse período podemos verificar que a imagem feminina se ligava ao estereótipo de mãe/rainha do lar. As suas obrigações com o marido e casa eram seus problemas, o que preenchia o seu universo, e é essa a imagem veiculada nos anúncios da década de 30.

Nesse sentido, é importante ressaltar que essa imagem da mulher que estava sendo construída se baseia em um período em que a mulher era criada para ser dona de casa e mãe. Como confirma a revista FON FON, num artigo da época intitulado “Saber ser mãe”:

A missão feminina na vida é importantíssima; a mulher é auxiliar do homem, além de ser sua companheira, e seu papel, na vida, é glorioso... A mulher tem a seu cargo criar e repartir a felicidade. Fazendo felizes seus filhos e seu marido... Os deveres a ela impostos, pela grandiosidade mesma da sua missão na vida, devem ser aceitos sem revolta e realizar-se com alegria. (Fon-fon, 21/12/1940, p.16)

Face a este contexto, o próximo subcapítulo aborda a imagem da mulher que acabamos de descrever, através da influência que teve Carmen Miranda, tendo em atenção a forma como ela, enquanto mulher do meio artístico, era vista e representada globalmente.

1.3 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM E DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

O cinema foi a primeira ferramenta a trazer ao mundo imagem do que estava acontecer em outros lugares. A construção de um filme tem por base uma sequência de imagens que juntas produzem movimento e dão origem ao que vemos representado na tela do cinema. Antes do filme, a pintura era vista como uma perspectiva centralizada no olho do espectador. De acordo com John Berger “Essa perspectiva faz do olho o centro do mundo visível, mas o olho humano só pode estar em um lugar por vez, ele leva o mundo visível consigo conforme caminha, com a invenção da câmera, tudo muda, podíamos ver coisas que não estão na nossa frente, as aparências podiam viajar e cruzar mundos⁶”.

Entre todos os meios de comunicação da indústria cultural, o cinema é possivelmente o mais abrangente e influente. Tendo em conta os vários gêneros cinematográficos, entre muitas outras possibilidades, os filmes podem expressar de forma crítica a política, além de se referirem a outros elementos da sociedade em geral, na medida em que algumas produções se posicionam de forma crítica em relação ao que está acontecendo no governo, na sociedade atual e na própria indústria cultural. Entre os autores que escrevem sobre a imagem temos Gilles Deleuze (1983, p.56), que afirma que o movimento de câmera já introduz várias imagens numa única, com reenquadramentos. Assim, as imagens-movimento são a sequência de planos com os movimentos percorridos pela câmera.

Em relação à cinematografia nos anos 30 em especial no Brasil, pode-se dizer, que a escolha de artistas para o cinema brasileiro veio por meio da rádio. Os cantores do rádio, radialistas, locutores e outros profissionais da área, se aventuravam pelos caminhos da sétima arte. O objetivo era Hollywood, o estúdio americano tinha pouco mais de 10 anos e segundo Castro (2005, p.35-36) já era uma grande ilusão. O autor diz ainda que Hollywood criou o star system⁷ e passaram a abastecer gratuitamente as revistas com

⁶ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=dijaKEzXzD8> > Acesso em: 05 de agosto de 2021.

⁷ eles perdiam “seus traços reais como os heróis antigos, escapando à memória imediata das pessoas que lhe são próximas e de suas famílias, tornando-se, graças a uma seleção arbitrária de traços comuns, individualidades inorgânicas que podem ser reproduzidas indefinidamente. Logo, os atores não deverão, em sua vida pessoal, separar-se da localização paramnésica que lhes é assegurada por contrato: a gravidez ilegítima de Ingrid Bergman (a jovem Joana D’Arc!) e sua ligação com Roberto Rossellini chegou a motivar uma intervenção no Senado americano em plena Guerra da Coreia, antes de arruinar a carreira da atriz em Hollywood. O cinema já se inicia na fachada de seus palácios, onde são

centenas de fotos de suas estrelas – com a quais todas as mulheres queriam parecer. No Brasil, revistas como *Selecta*, *Para Todos* e a especializada *Cinearte* tentavam inventar similares nacionais das estrelas americanas para criar um a espécie de star system que estimulasse o cinema brasileiro. Entre as milhares de garotas que enviavam suas fotos para essas revistas, estava Carmen Miranda.

Segundo Paulo Emílio Salles Gomes (1974, p.336), a star system que a revista *Cinearte* produzia estava originalmente ligada “a lei dos tipos”, a necessidade de adequação do ator a personagem e as regras de verosimilhança que apontavam para uma representatividade sociológica, transformando-se em critério de estrelismo, reduzida a parâmetros estético-sexuais. Para exercer atração sobre o espectador, a mulher deve ser um ‘tipo de beleza’ e o homem um ‘tipo de virilidade’.

Essa indústria cultural que se espalhava pelo mundo por meio da rádio, não foi bem recebido pelos países europeus. Segundo Nelson Ribeiro (2010, p.117), “o liberalismo económico aplicado à rádio, ao mesmo tempo que dominava nos Estados Unidos, era rejeitado pela maioria dos países europeus”. O autor ainda continua: “o peso comercial da rádio nos Estados Unidos tornar-se-ia ainda mais evidente a partir de 1934, com a criação da Federal Communications Commission (FCC), que passou a assumir a responsabilidade pela gestão global das telecomunicações”.

Mas foi somente em meados do século XX que a rádio surgiu no cotidiano dos portugueses. A este propósito, Ribeiro (2010, p.121) afirma: “No Sul da Europa, a rádio foi efetivamente o primeiro meio de comunicação a chegar a um número significativo de indivíduos: ao contrário do que sucedeu no Norte do continente e nos Estados Unidos da América, onde no final do século XIX a imprensa se desenvolveu como uma indústria de massas, em países como Portugal, Espanha, Itália e França seria necessário esperar até meados do século XX para se assistir à massificação dos jornais. A verdade é que, antes do aparecimento da rádio, a taxa de circulação da imprensa era bastante reduzida no Sul

escritos, em letreiros iluminados, os nomes das estrelas. O cinema é como este esplendor da vida, que se encontra ao lado de cada ser, invisível, distante e, portanto, presente. Basta que o invoquemos pelo nome certo, pela palavra certa, e ele virá, aí está a essência da magia”, observa Kafka em seu diário em 1921. Á medida em que a estrela de cinema faz parte do universo isolante da percepção indireta, ela compõe uma figura icônica que não pode ser comparada à presença da criação teatral. Ela é uma vestal deste sol em cada imagem ao qual Gance se refere, guardiã de um lar nacional onde a iluminação intensa não pode ser comparada a nenhuma outra. A estrela conhecerá um destino semelhante ao da antiga sacerdotisa: ceder a paixões demasiado humanas e amar o amor mortal representa o fim de sua própria imortalidade, o começo de um isolamento do qual a censura e as ligas puritanas e políticas se encarregarão de reforçar diligentemente” (“in” “Guerra e Cinema”, PAUL VIRILIO, Ed. Scritta, 1993, pp. 73 a 74).

da Europa. A expansão do número de leitores pressupunha a existência de uma classe média instruída, que não existia quando a rádio se desenvolveu: o analfabetismo era um dos principais entraves à massificação da imprensa”.

Nesse sentido, pode-se perceber que a imprensa escrita existente na época produzia conteúdo para público elitizado, com a chegada da rádio, Portugal tinha enfim seu primeiro meio de comunicação de cultura de massa. Esse novo meio de comunicação começava também a alterar a rotina das famílias. Segundo Ribeiro (2010, p. 123),

Para a maioria da população portuguesa, o aparecimento da rádio foi sinónimo de acesso à informação e ao entretenimento, que de outra forma lhe estariam vedados: Portugal era um país marcado tanto pela ruralidade como pelo analfabetismo. Ter acesso a um aparelho receptor significava a possibilidade de partilhar com os seus concidadãos os mesmos acontecimentos desportivos e políticos, as notícias de maior relevo e os programas de entretenimento, dos quais desde cedo se destacaram as emissões musicais, que granjeavam inúmeros elogios por parte dos ouvintes.

Ribeiro (2010, p.126), ainda descreve como era o star system em Portugal: “A massificação da rádio como meio de comunicação também trouxe consigo os primeiros sinais do star system. Ainda antes de os chamados «artistas de rádio» se popularizarem por apresentarem as suas músicas ao microfone, já os locutores eram objeto de admiração por parte dos ouvintes, que se habituaram a escutar tanto as notícias como os programas de entretenimento apresentados pelas vozes das estações”.

Os meios de comunicação tanto na Europa, quanto no Brasil e nos Estados Unidos expandiu-se após a Segunda Guerra Mundial a maioria da população passou a ter mais tempo livre, bem como acesso à televisão, à rádio, aos discos, ao cinema e à imprensa a uma escala inimaginável. A sociedade de consumo que emergiu contribuiu para amplo crescimento das novas formas culturais. Estas vieram romper com as noções tradicionais de cultura e uma nova realidade cultural, abrindo a discussão sobre a sociedade de massas e sobre a cultura industrializada. Essa nova sociedade também contribuiu para o novo papel da mulher dentro da sociedade, o que será discutido no próximo capítulo.

CAPÍTULO II – EMPODERAMENTO DA MULHER NO BRASIL E EM PORTUGAL

O século XIX, foi uma época de transformações no mundo todo. O Brasil deixou de ser monarquia em 15 de novembro de 1889 e se tornou república, foi consolidado o capitalismo e foi abolida a escravidão (a 13 de maio de 1888). Segundo Boris Fausto (2006, p. 245-248), 15 de novembro se caracterizava como uma grande incerteza, os vários grupos que disputavam o poder tinham interesses diversos e divergiam em suas concepções relativas à organização da república. Paralelamente, também houve mudanças quanto ao papel das mulheres. Se, no governo Vargas, estas tinham o papel de serem boas mães, filhas e esposas e os media da época, divulgam notícias, para reforçar a moral e os bons costumes, no Estado Novo queria-se que essas mulheres fossem mais científicas e modernas – contudo, sem se esquecer das tradicionais obrigações a elas destinadas. Segundo Aiene Rizza Melo (2019, p. 19, apud Nahes, 2007, p. 14), “A estratégia da Era Vargas era a retirada da mulher do espaço público para o espaço privado, restringindo-a ao espaço privado do lar”. Almejava-se, pois, a participação das mulheres nas missas, nos jornais, nos postos de saúde e em diversos outros espaços.

Em relação a vida urbana, o país ainda se espelhava nos ideais europeus incorporados na sociedade brasileira. O Rio de Janeiro era a metrópole da época, o local de maior importância econômica e política do país. Foi capital do Brasil desde 1763 até 1960, quando ocorreu a inauguração de Brasília. No Brasil, a mulher no início do século XX ainda era vista como a mulher frágil, educada para ser dona de casa, esposa e mãe, mas esse século foi o começo das transformações culturais e das liberdades para futuras conquistas femininas. As mulheres começam a escolher seus caminhos independentemente de suas famílias e sociedade. Apesar de ser permitido às mulheres estudar, ainda havia uma diferenciação de conteúdos dados para homens e mulheres. Uma das poucas possibilidades de profissão, senão a única da época, era tornar-se professora, cursando o magistério. A sociedade acreditava que a mulher não conseguiria trabalhar e ser boa mãe e esposa ao mesmo tempo.

O casamento era a maneira da mulher ascender na sociedade, na maioria dos casos, e o futuro marido era escolhido pelo pai da moça. A menina tinha como função social: preservar e/ou elevar esse status através de amizades e relações estabelecidas antes e após o casamento, sendo responsáveis pelos status social dos pais e marido.

Maria Angela D'incao (2011, p. 230) afirma que a mulher era

Considerada base moral da sociedade, a mulher de elite, a esposa e mãe de família burguesa deveria adotar regras castas no encontro sexual com o marido, vigiar a castidade das filhas, constituir uma descendência saudável e cuidar do comportamento da prole.

Em relação às mulheres em Portugal, somente quando se tornavam viúvas adquiriam certos direitos. Para instituições oficiais, as mulheres praticamente não existiam. “A sua presença pode, no entanto, ser captada, em alguns documentos de natureza fiscal, sobretudo quando viúvas”⁸. Pelos levantamentos obtidos no site Estudo Geral e pelo autor Renato Ortiz, percebe-se que tanto no Brasil quanto em Portugal no início do século XX a mulher estava a serviço do homem e da família.

Com o surgimento da revolução industrial, a mulher ganhou espaço, trabalhando como operária nas fábricas. Quando as mudanças começaram realmente a acontecer, foram criados movimentos feministas que desencadearam uma série de conquistas, como o direito do voto, ocorrido no Brasil em 1932 na Era Vargas.

Já em Portugal, o direito do voto ocorreu definitivamente em 1934, estabelecendo esse direito para as mulheres com mais de 21 anos, às solteiras com rendimento próprio ou que trabalhassem, e às chefes de família e às casadas com diploma secundário ou que pagassem determinada contribuição predial (Decreto-Lei n.º 24 631, de 6 de novembro de 1934). Porém, tecnicamente, a primeira vez que uma mulher votou em Portugal foi em 1911, pois a lei da época não especificava o gênero, apenas dizia que era permitido o voto a todos os chefes de família que soubessem ler. Em 1913 a lei foi modificada para incluir somente homens, chefes de família. Assim as mulheres só puderam votar dois anos depois das mulheres no Brasil.

É interessante destacar algumas dessas organizações voltadas apenas para mulheres, como a Liga Republicana das Mulheres Portuguesas (1907-1919) que lutavam pelos direitos das mulheres (direito do voto). Outro grupo que vale a pena mencionar é a Mocidade Portuguesa Feminina (MPF), que teve papel fundamental na política do Estado Novo. Documentos obtidos pela autora Irene Flunser Pimentel em sua dissertação de mestrado intitulado “Contributos para História das Mulheres no Estado Novo: As organizações femininas do Estado Novo < A Obra das mães pela educação nacional> e a

⁸ VIEIRA, p.150 Disponível em:

<<https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/36869/1/As%20mulheres%20na%20sociedade%20portuguesa%20oitocentista.%20Algumas%20quest%C3%B5es%20economicas%20e%20sociais%20%281850-1900%29.pdf>> acesso em: 09/06/2020

<Mocidade Portuguesa Feminina> 1936-1966”, especifica o apoio das mulheres ao regime de Salazar. Segundo a autora (1996, p.9- 10), “diferente do que aconteceu com Hilter e Mussolini, o Estado Novo foi o primeiro regime português a permitir que mulheres fossem deputadas e a contar nas organizações femininas estatais com dirigentes femininas, muitas das quais solteiras e intelectuais, ao contrário da apregoada exclusiva função maternal e familiar da mulher. Pimentel diz ainda: Quanto à "massa" das mulheres, mesmo se subalternizadas em relação aos maridos, teriam, porém, sido valorizadas na medida em que delas dependia a "salvaguarda moral" do espaço familiar e a "renovação da raça" "a submissão devida ao marido apagava o papel da mulher, mas a maternidade fazia dela um dos sustentáculos da nação".

Pimentel (1996, p. 171) conclui que: “apesar de haver mulheres a favor do regime ainda existia a oposição que se concentrava na única organização existente Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas. “Nos anos trinta, havia em Portugal uma única organização feminina, o CNMP, existente desde os tempos da República, que, apesar de não ter uma intervenção diretamente política, podia ser considerada uma organização da oposição ao regime. Como veremos, o Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas., ao contrário de outras organizações, associações, sindicatos e partidos que foram extintos pelo Estado Novo, permaneceriam até 1947”.

Essa luta das mulheres, estava a acontecer pelo mundo todo, e em Portugal e Brasil não era diferente. Em Portugal, a luta da mulher passava pela ação moral no lar e pela educação religiosa das crianças.

A segunda Revolução Industrial, trouxe invenções que mudariam toda a forma de pensar e ver o mundo. Nesse quadro, foi gerada uma infinidade de novos produtos que fariam parte do cotidiano do início do século XX: automóvel, bonde, telefone, avião, eletricidade doméstica, cinema, rádio, raios X, vacinas e uma gama de eletrodomésticos.

A crise na bolsa de valores em Nova York, também não ajudou. O Brasil, que tinha como base econômica a agro exportação, sofreu muitas perdas. Um dos setores mais prejudicados foi o cafeeiro, conseqüentemente, minando os ideais de sua oligarquia que estava diretamente ligada ao governo do país (política do “café com leite”)⁹

⁹ A Política do Café com Leite consistiu nos acordos políticos entre as duas principais oligarquias regionais do Brasil da República Velha: São Paulo e Minas Gerais. é uma expressão utilizada para caracterizar um procedimento político típico de um período da história do Brasil denominado de República Oligárquica (1898 a 1930). Esse procedimento consistia na alternância no cargo de Presidente da República entre as oligarquias.

Mas para que a sociedade brasileira viesse a fazer parte desse mundo mais moderno, foram necessárias mudanças drásticas, pois importava questionar como seria possível tornar o país, que fazia parte de uma economia agrícola, numa economia industrial. Ou seja, um Brasil cosmopolita.

As transformações em curso ocorreram também numa dimensão artística, como mostram movimentos artísticos, como o naturalismo – que chamou a atenção de encenadores como André Antoine. De acordo com Margot Berthold (2014, p. 455) “a época do naturalismo foi também a das primeiras aventuras com ‘cinematógrafo’. Os filmes de Charlie Chaplin e Buster Keaton sobre a luta do homem comum contra a traição das coisas infletiram a ênfase naturalista ao mundo da coisa material para o grotesco e para o cômico. Antoine dedicou-se inteiramente ao cinema após 1914, primeiro como ator e diretor e por fim como crítico. Rodou películas utilizando material de Dumas Hugo e Zola, e transpôs seu estilo naturalista do palco para tela”.

Enquanto o teatro se modificava, o papel da mulher no meio artístico também se ampliava no final do séc. XIX e início do séc. XX. As mulheres começavam a buscar outras carreiras além de professoras e operárias. As companhias de teatro eram uma dessas opções - mas não que fosse valorizado ou respeitado o papel da mulher nesses ambientes. O Rio de Janeiro, no final séc. XIX, recebia as companhias de teatro, principalmente as portuguesas, como reflexo da consolidação de uma cultura urbana de entretenimento internacional, exibindo espetáculos de diferentes gêneros. A cidade se destacava pelo centro cultural e político. De acordo com Flávia Ferreira de Almeida (2017, p. 223) “a cidade do Rio de Janeiro experimentou uma pujante vida cultural e artística adquirindo hábitos burgueses que se expressavam nos cafés, nos salões elegantes e nos teatros da cidade”. Durante a segunda metade do século XIX, com a vinda de outras companhias europeias e o aumento do número de teatros e seus financiamentos, a classe artística começava a se renovar, procurando atores com talentos múltiplos para ingressar nas companhias e foi nesse momento que ocorreu um processo de feminização da profissão, sobretudo nas capitais europeias. Nesse período as mulheres começam, a se interessar pela área artística, em especial na atuação, como meio de sustento e crescimento profissional. Algumas inclusive conseguiam chegar ao estrelato.

Os espetáculos em parte eram musicais e a aparência física e a voz eram determinantes na carreira de uma atriz do teatro musicado. Segundo o historiador Christophe Charle (2012, p. 127):

O envelhecimento, problema crucial à atividade, afeta os dois sexos de forma desigual. Os principais trunfos iniciais das mulheres que se arriscam no palco são a voz e a aparência física (“beleza natural”, maneira de vestir-se e porta-se), mas eles se apagam com o tempo.

As atrizes com mais tempo de casa e que já tinham seus nomes consagrados ainda conseguiam bons papéis, mas aquelas que não conseguiram fazer seus nomes estavam sendo substituídas pelas atrizes mais novas. Outro problema eram as diferenças salariais entre as atrizes portuguesas e brasileiras. Tal como escreveu o crítico teatral Nazareth Menezes em sua coluna “A propósito”, da revista *O Theatro*¹⁰, em 9 de novembro de 1911, sobre as companhias teatrais portuguesas no final do séc. XIX:

As companhias portuguesas passam aqui quase todo o ano, tomam conta dos nossos teatros, exploram o nosso público, achincalhando-o com as suas indecências, os seus desmoralizados e sedição repertórios e ainda por cima, estabelecem o espetáculo por sessões, tirando o último recurso de que lançaram mão os nacionais para manter o nosso misérrimo teatro.

Dessa maneira, prejudicando a carreira dos atores brasileiros, as companhias portuguesas vinham para o Brasil com intuito de fugir das doenças que se multiplicavam nos períodos mais quentes, retornando aos palcos portugueses na época do inverno. O Brasil recebia companhias teatrais de outros países europeus como Itália e França, mas foram as companhias portuguesas que, a partir da primeira década do século XX, dominaram os palcos cariocas.

É importante ressaltar que as companhias de teatro da época eram construídas por famílias, em que cada pessoa fazia um papel dentro da trupe, como por exemplo, o tio era o diretor, o irmão o ator, os filhos e primos também se tornavam atores. Assim, de acordo com Jerzy Grotowski(2007, p. 222),

[...] o pai e a mãe eram atores, o velho tio era o diretor, mesmo se na realidade sua função se limitasse a indicar aos atores: “você deve entrar por esta porta e sentar-se naquela cadeira”, além disso cuidava dos detalhes do figurino e dos acessórios quando era necessário. O sobrinho era ator e, quando se casava, a mulher também se tornava atriz; se depois chegava um amigo, se unia à família teatral. Essas famílias tinham um brevíssimo período de ensaios, mais ou menos cinco dias, para preparar uma novidade. Assim os atores daquele tempo tinham desenvolvido uma memória prodigiosa: aprendiam o texto com grande rapidez e em poucos dias eram capazes de dizê-lo de cor. Mas, visto que às vezes se confundiam, era necessário o ponto.

¹⁰ Essa edição da revista semanal, que data de 1911, foi dirigida por Nazareth Menezes em colaboração com João Claudio e J. Ozório. Existiram outras edições anteriores da revista com outros colaboradores.

Outro fato característico dos artistas da época, é que o estereótipo do personagem não mudava. Se o ator ou a atriz representava um vilão, ele sempre seria o vilão mesmo que o conteúdo da peça se modificasse. O ator se especializava naquele personagem, dominando o conjunto específico de códigos e “clichês” necessários para a representação do seu papel-tipo. Dessa maneira, permitia que as companhias teatrais agilisassem o processo de criação de uma nova peça teatral, o que era essencial para época pois, seu modo de sobrevivência dependia de repertórios novos para atrair mais públicos e consequentemente vender mais bilhetes.

Esse tipo de teatro, aos poucos, já não era suficiente para os atores e o teatro começou a dar sinais da necessidade de ampliar seus horizontes, de buscar novas direções e de se reinventar. Adolphe Appia (1911, p.51-55) afirma que “O teatro se intelectualizou” e lembra que “o corpo não é mais do que portador e representante de um texto literário e só nesta qualidade se dirige aos nossos olhos”. foi um dos primeiros pensadores do fenômeno teatral a definir o teatro como uma “obra de arte viva” e a defender a “presença viva do ator em cena” como a sua especificidade. Suas ideias propagavam a necessidade de se “voltar ao princípio, isto é, aos fatores de qualquer maneira primordiais: a presença do corpo criando o Espaço e o Tempo vivos e a instauração da música nesse corpo para operar a modificação estética que é própria da obra de arte”. No final do século XIX, como dito antes, o teatro começa a crescer, transformando-se em mercadoria. E, com o tempo, foi se espalhando cada vez mais pelos continentes, apareceram os primeiros empresários do ramo artístico, especializados nessas turnês, transformando o mundo em uma verdadeira sociedade do espetáculo.

O ator tinha que se especializar constantemente devido ao crescimento do número de teatros e modelos teatrais que começaram a surgir. De acordo com o professor Walter Lima Torres Neto (2001, p. 273-274),

O século XIX é o momento culminante de seu trabalho visto a proliferação de teatros e o crescimento de uma demanda de entretenimento nas principais cidades europeias e americanas. Quando eclode o advento do naturalismo no teatro é o ensaiador teatral o homem de confiança de diversos autores dramáticos que com suas peças querem chamar atenção para os novos fundamentos de uma arte que busca refletir o real de forma precisa, expondo a miséria dos ambientes e das personagens, rompendo de uma vez por todas com a idealização do comportamento ficcional que reinava desde o classicismo. Pouco a pouco se delinea o perfil do moderno diretor teatral [...]

O ensaiador tinha como função a organização do espetáculo, garantir o bom desempenho dos atores, resolver problemas, junto com o empresário que podia ser o ator principal, a escolha do repertório que daria identidade ao grupo teatral. Em certos casos, as funções de ensaiador e empresário também se misturavam.

Nesse contexto de mudanças, que o teatro do século XX começa a ganhar forma, encenadores como Stanislávski, Meyerhold, Craig, Copeau, Grotowski, Brecht e Artaud surgem com uma nova proposta de encenação tentando sair do convencionalismo já existente da época. Essas novas teorias de representação, rejeitavam o modelo de interpretação tradicional e buscavam novas técnicas para reformular a arte do ator. Para construir uma nova teoria de representação, não se pode esquecer que o material principal do ator, ou atriz é o próprio corpo. De acordo com o ator Fabricio Ferreira do grupo CONAC¹¹, para se entregar ação nesse corpo, precisa entender as memórias emotivas que estão presentes no conceito com duas díades de criação: “Substantivo-Verbo e Verbo-Substantivo”.

O ator afirma *ainda* que o primeiro Substantivo,

são o material de inspiração - Personagem. O "Verbo" significa, o que essa figura, esse personagem faz, que ações ele desenvolve naturalmente. O segundo "Verbo", já na segunda díade de relação, está em como o meu corpo, enquanto ser-ator pode desenvolver essas ações, considerando as tensões necessárias para que se estabeleça esse agir em mim, a ponto de que o fruidor não veja um ator representando tal ação, mas o veja sendo a ação - Onde se estabelece o segundo "Substantivo" - a ação viva e sendo vista no corpo do ser-ator, passando a ser considerada como "ser-da-cena", que existe, que age e está presente”.

Está naquele momento, naquela encenação, porém quando acaba, o corpo desse ser ator, volta a ser o “seu” corpo, seus pensamentos, seu modo de falar, de agir, volta a ser a si mesmo. Dentro dessa ótica, entende-se o que Odete Aslan (1994, p. 47) quis dizer com novo modelo de formação do ator proposto no século XX:

Ante as deficiências de ensino, todos os homens de teatro tiveram a mesma reação: criar um grupo de trabalho para experimentar em seu âmbito métodos de reeducação teatral. A Escola do Vieux-Colombier

¹¹ CONAC (Grupo de Pesquisa e Extensão em Composição Poética Cênica, Narratividade e Construção de Conhecimento) desenvolve atividades de pesquisa, docência, extensão e criação em artes junto à Licenciatura em Teatro e ao Instituto de Arte e Cultura da Universidade Federal do Tocantins no Brasil, seu coordenador e idealizador do projeto é o professor doutor Juliano Casimiro de Camargo Sampaio.

de Jacques Copeau [na França], o Estúdio de Stanislávski no Teatro de Arte de Moscou, e o Laboratório de Grotowski em Opole [Polônia] surgiram do mesmo desgosto em relação aos modelos de formação existentes, do mesmo desejo de retirar-se momentaneamente para dedicar-se à pesquisa, da mesma necessidade de refugiar-se em um falanstério para evitar as más ambições.

É uma constante busca pela criação de um modelo de atuação, tentando aperfeiçoar valores como “talento”, “inspiração” e “genialidade”, de forma a expandir sua teatralidade como ator (a). Com o advento do cinema, o teatro deixou de ser a única atração artística daquele tempo, e os filmes trouxeram mudanças no estilo das mulheres. Com efeito, o cinema mostrava outros modos de vida que não se limitavam ao cotidiano feminino que a maioria das mulheres brasileiras então viviam. Nessa medida, o cinema era uma inspiração, apresentando outras forma de agir, vestir e comportar. Mas o cinema não é a única causa que justifica essas alterações. Os movimentos culturais iniciados no final do séc. XIX e que ganharam renovada dinâmica após a segunda Guerra Mundial, proporcionaram uma mudança na mulher que se dividia na mulher dona de casa e a mulher emancipada. A mulher que começava então a ter acesso a novas profissões antes destinada apenas a homens, e integrava-se também na política, ao mesmo tempo que o homem também se modificava, tornando-se mais sensível e terno, em grande parte devido a cultura de massas. De acordo com Luisa Passerini (1991, p. 382-383), a cultura de massa revela,

no preciso momento em que dela se apropria, a ambivalência da imagem feminina na cultura ocidental, acrescida, mais do que reduzida, pelas exigências de emancipação: a hegemonia da figura feminina na publicidade, mesmo nas capas de revistas e nos cartazes, remete com efeito para coincidência entre a mulher como potencial sujeito e a mulher como possível objeto. Corre-se, porém, o risco de confundir dois elementos diferentes: a real duplicidade na qual o curso da história lançou as mulheres, sobretudo com o desenvolvimento do último século e meio no plano de emancipação social e política: o uso de valores historicamente marcados (força e agressividade ligados aos homens, suavidade ternura ligada as mulheres) por parte da cultura de massa, que os fixa em papéis rígidos e os democratiza reproduzindo-os em larga escala.

Entre os produtos que, no âmbito da produção e da cultura de massas, passaram a circular, o vestuário foi um dos que teve maior impacto social, tendo provocado fortes mudanças.

O traje da mulher, antes dos anos 20, era composto por um traje fechado que ocultava seu corpo. Segundo Cléo Busatto (2003, p. 242) o traje se dividia em duas massas desiguais, separadas pelo estrangulamento da cintura sufocada num espartilho que produzia a antinatural silhueta em S. A Primeira Guerra Mundial propiciou mudanças neste setor: a mulher deixou de lado o espartilho, expôs o corpo agora mais livre, adotou a cinta-liga, a meia cor da pele, a saia-calça e os sutiãs modernos.

A este propósito, Busatto (2003, p. 242) afirma que na década de 20,

vamos encontrar uma mulher mais magra, usando roupas mais simples e flexíveis, e com vestidos mais curtos. “Em 1917 a imprensa já denunciava que as mulheres estavam determinadas a gastar menos seda: primeiro foram os decotes que abaixaram. Depois foi a vez de as saias subirem”. Os cabelos também encurtaram, fazendo um estilo que ficou conhecido como melindrosa. Na edição de dezembro de 1924, a Revista Feminina indagava se o cabelo curto não seria “um sintoma de emancipação do belo sexo”, já que era usado por mulheres de profissões identificadas com a modernidade: escultora, literata, estudante, datilógrafa.

Assim fazem parte desse grupo, as artistas, não somente escultoras, mas também pintoras e atrizes da época. Ruy Castro (2005, p. 35-36) assinala que: “até os trajes de banho diminuíram de tamanho, e os próprios trajes de praia estavam ficando galopantemente mais leves: caíam aqueles tétricos vestidos frouxos, com gola à marinheira e toca, e surgiram os primeiros maiôs, com saíote que deixava à mostra metade das coxas” (e que logo seria também abolido, revelando a perna inteira).

Nessa época as mulheres queriam se parecer com as estrelas de Hollywood, no Rio, segundo o autor (2005, p. 35-36), “desfilavam garçonetes com pestanas de Joan Crawford, manicures com batom a Glória Samson, e até jornalistas com franjinha a Pola Negri”. Entrar para o cinema era uma aspiração geral e, já que Hollywood parecia inatingível uma chance no cinema nacional também servia.

Em Portugal, o gênero musical que crescia nas ruas de Lisboa era o fado. Ana Campina (2017, p. 64) na sua tese de mestrado “O Fado como marca de Luxo”, destaca duas hipóteses que justificam o surgimento do Fado. “A primeira é que o gênero musical tenha vindo do mar. Campina escreve que a sua origem é marítima, defendendo que o fado deve a sua gênese na música portuária. Sendo Portugal um país de marinheiros e descobridores, de partidas e chegadas, esta é uma hipótese a considerar. Vale a pena lembrar que o mar se entranha e se confunde com a nossa cultura e que alguns poemas, que também são letras de fados, abordam o tema, envolvendo-o na palavra que tanto sabe

o fado: saudade. A outra hipótese que a mesma autora avança envolve o Brasil, indicando que há também quem defenda que este gênero musical deriva de algo parecido, oriundo do Brasil, semelhante às “modinhas” brasileiras do final do século XVII, cantadas em Lisboa”.

Seja como for, o fado é um símbolo marcante da cultura portuguesa, assim como o samba o é no Brasil. É interessante destacar que tanto o fado quanto samba começaram nas classes mais baixas da sociedade. De acordo com o a informação facultada pelo Museu do Fado¹², “o fado encontra-se, numa primeira fase, vincadamente associado a contextos sociais pautados pela marginalidade e transgressão, em ambientes frequentados por prostitutas, faias, marujos, boleiros e marialvas. Muitas vezes surpreendidos na prisão, os seus atores, os cantadores, são descritos na figura da faia, tipo fadista, rufião de voz áspera e roufenha, ostentando tatuagens, hábil no manejo da navalha de ponta e mola, recorrendo à gíria e ao calão”.

Já o samba, de acordo com José Ramos Tinhorão (2012, p. 73-74), “vinha das modinhas e lundu, que eram criações populares da gente branca e mestiça dos principais centros urbanos do Brasil, e só após o sucesso de sua divulgação em Portugal por Domingos Caldas Barbosa foram eruditizadas, passando quase a se confundirem com árias de óperas, para voltarem à esfera do povo com a voga das serenatas, por volta da segunda metade do século XIX, no Brasil”.

Nesse contexto, Tinhorão (2012, p.55, apud Caldas Barbosa) afirma que

O lundu ... é a primeira forma musical afro-negra que se dissemina por todas as classes brasileiras e se torna música “nacional”. É a porta aberta da sincopação característica... é a porta enfrestada do texto cantando sexualmente os amores desonestos [entre senhores e escravos], as mésalliances, e se especializa na louvação sobretudo da mulata.

Ana Campina (2017, p. 64) também percebe essa ligação do lundu, como outra conjectura para definir a origem do fado, ela diz que: “também se aponta a teoria de que possa estar ligado ao lundu angolano ou à morna cabo-verdiana”. Assim, essa é a primeira semelhança entre os dois tipos de música popular criada pelos dois países.

Outro ponto em comum entre o fado e o samba é que ambos nasceram nas ruas das capitais principais da época Lisboa e Rio de Janeiro. Segundo Cláudia Matos (1982,

¹² Disponível em: <www.museudofado.pt/historia-do-fado> Acesso em: 26 de agosto de 2020

p. 25), “o samba surge, no início de 1900, “como ritmo, dança e folguedo coletivo – palmas, batuque, estribilhos cantados, aos quais posteriormente se acrescentariam estâncias mais longas”. O Samba e o Fado têm várias semelhanças, além do estilo Lundu e o fato de ambos surgem da marginalidade da sociedade que estão inseridos, ambos foram perseguidos pela polícia que não queria os ritmos em alguns pontos das cidades.

De acordo com Pedro Abib (2011, p.141), outro ponto são os sujeitos sociais que representam esses dois estilos: “o malandro que pode ser representado pela figura do sambista e o faia ou fadista que também se caracterizava por estar ligado aos espaços onde reina o fado. Ambos circulam num ambiente urbano onde a luta pela sobrevivência é condição básica, envolvendo-se constantemente em brigas em disputas por territórios e por poder, que resultam quase sempre em ferimentos a navalha ou faca, em alguns casos mortais e também perseguições por parte da polícia”.

É importante destacar que o samba se torna parte integrante da nação, principal música nacional brasileira, assim como fado é símbolo de uma nação, como um hino de Portugal a se expandir pelo mundo.

Com tempo, o fado e o samba começam a ter seu espaço. Em Portugal, no início do século XX surgem os primeiros livros e publicações dedicados ao fado, assim como jornais e revistas.

Já no Brasil, no início do século XX, o samba era dividido pelos sambistas primitivos e a nova geração do samba. Sinhô, Donga, João da Baiana, Caninha e Pixinguinha, fazia parte dessa primeira geração. De acordo com Larissa A. de Oliveira (2016, p.08), “esses sambistas primitivos concentravam-se em torno da casa da baiana Tia Ciata¹³ (e outras tias) e praticavam um “samba amaxiado”, próximo ao Lundu”. Essa aproximação entre o samba e o maxixe era mais do que natural, visto ser este o ritmo

¹³ Nasceu em 13 de janeiro de 1854, aos 22 anos, trazendo consigo uma filha, mudou-se para o Rio de Janeiro, foi iniciadora da tradição das baianas quituteiras no Rio de Janeiro, com suas vistosas roupas, colares e pulseiras, desenvolvendo uma atividade cercada por forte fundamento religioso. Influenciou sua comunidade juntamente com as outras tias (Bebiana, Mônica, Carmem, Perciliana, Amélia, dentre outras). Mãe-de-santo afamada, Tia Ciata festejava seus orixás, sendo famosas suas festas de São Cosme e Damião e de sua Oxum, Nossa Senhora da Conceição. Nas festas suas habilidades de partideira a destacavam nas rodas de partido-alto, e seu neto Bucy Moreira aprendeu com ela o segredo do "miudinho", uma forma de sambar de pés juntos que exige destreza e elegância, no qual Ciata era mestra. Logo após a cerimônia religiosa, antecedida por uma missa cristã, músicos e capoeiras amigos da casa armavam um pagode com violões, pandeiros, ganzás e muito samba. Tia Ciata, partideira respeitada, não deixava o samba morrer, providenciando que as painelas sempre estivessem quentes, por vezes, promovendo em sua casa, saraus com chorões e bailes amaxiados no salão da frente, sem esquecer um bom samba lá no fundo do quintal, sempre com uma cerimônia de candomblé encerrando as festividades. Disponível em: <<https://www.tiaciata.org.br/tia-ciata/biografia>> Acesso em: 15 de fevereiro de 2022

popular do momento. O samba amaxiado era caracterizado por um andamento musical mais lento, arrastado e acompanhado por uma divisão rítmica menos sincopada – considerando o samba moderno (instituído a partir da década de 1930). É dessa “escola primitiva” aquele considerado o primeiro samba gravado, “Pelo Telefone”, de 1916.

É nesse período dos anos de 1920 que a carreira de Maria do Carmo Miranda da Cunha começa e quando Amália da Piedade Rebordão Rodrigues nasce¹⁴. Apesar destas duas artistas não serem exatamente da mesma idade, ambas foram as cantoras mais marcantes da época entre os anos 30 e 50, no Brasil e em Portugal-

Como vimos neste capítulo foram muitas as transformações do papel da mulher ao longo do período em causa. Transformações essas que ocorreram num plano social mas que também se articularam com as alterações do meio artístico. E é através do entendimento dessas alterações, que melhor poderemos compreender o percurso de Carmen Miranda – como veremos no próximo capítulo.

CAPÍTULO III - CARMEN MIRANDA

Maria do Carmo Miranda da Cunha, a segunda filha do casal José Maria Pinto da Cunha e Maria Emília de Barros Miranda, nasceu no dia 9 de fevereiro de 1909 - um ano e oito dias depois do regicídio¹⁵. Nasceu na Várzea de Ovelha, uma aldeola da freguesia de São Martinho da Aliviada, concelho de Marco de Canavezes, distrito do Porto, província da Beira-Alta, no Norte de Portugal. Em setembro desse ano, José Maria Pinto da Cunha e o seu cunhado Amaro partiram para o Brasil. A ideia era juntarem dinheiro, de forma a conseguirem apoiar a vinda posterior da família. Assim, Carmen Miranda chegou ao Rio de Janeiro, juntamente com a sua mãe e irmã, no dia 17 de dezembro de 1909.

De acordo com Ruy Castro (2005, p. 17-21), o primeiro local onde moraram no Rio de Janeiro foi em São Cristóvão, um tradicional reduto da imigração portuguesa. Em

¹⁴ Segundo o Museu do Fado Amália nasceu em 23 de julho de 1920, porém, existe algumas reservas quanto ao dia exato, a artista adoptou o dia 1 de julho como data de aniversário durante toda a sua vida. Disponível em: < www.museudofado.pt/fado/personalidade/amalia-rodrigues > Acesso em: 02 de setembro de 2020.

¹⁵ O regicídio do Rei Dom Carlos, em fevereiro de 1908, foi o prenúncio do fim da monarquia em Portugal. Dom Manuel II permaneceu ainda no trono até à proclamação da república a 5 de Outubro de 1910. Disponível em: < https://www.rtp.pt/noticias/cultura/o-regicidio-de-1908-prenuncio-da-instauracao-da-republica_v1103108 > Acesso em: 01 de agosto de 2020.

1915 mudaram-se para uma casa de vila na Lapa, onde passariam dez anos. A educação de Carmen começou no Colégio Santa Teresa, das freiras vicentinas, junto com a irmã Olinda. Porém, como irmã mais velha, era a que sempre tinha que se sacrificar - com doze anos largou a escola para trabalhar. Carmen foi a única dos seis filhos que constituíam então a família a terminar o ensino médio. No entanto, o que Carmen e os irmãos aprenderam ao longo dos dez anos vivendo na Lapa foi transformador, principalmente para Carmen, que era esperta e não tinha “papas na língua”, numa época que as meninas tinham que ser recatadas. Tal como anotou Castro (2005, p. 21):

Ela trouxera da Lapa um farto repertório de gírias, talvez em reação aos exercícios bons modos impostos pelas freiras. Para ela, uma pessoa era “velhinho”, “filhote” ou “meu nego”, íntima até de estranhos, “querido” e “meu bem” era um tratamento que ela dispensava à primeira vista; uma coisa boa e diferente era “de matar”, um sucesso era “um chuá”; dinheiro era “arame”, fugir ou desaparecer era “azular”, flertar ou exibir-se era “fazer farol” dominava também o patoá portenho que, através do tango, tinha se implantado na fala do Rio: “bacana”, “otário”, “engrupir”, “afanar”. A gíria era a moeda corrente que igualava finos e grossos se fazia de todos, não importava origem. E, com todo o peso de sua família portuguesa, a jovem Carmen era carioquíssima, íntima das manemolências e à vontade em qualquer situação.

De acordo com Castro (2005, p. 24-25), “o primeiro emprego de Carmen Miranda foi na loja *La Femme Chis*, na qual aprendeu a fazer chapéus e a decorar montras. Contudo, rapidamente encontrou um outro trabalho, com um salário melhor, na loja *A Principal* – na qual conheceu Mario Cunha, que seria seu namorado por sete anos”.

Enquanto Carmen trabalhava nas lojas, estava sempre atenta às modas que apareciam nas revistas da época, e é nesse período que, como muitas outras meninas, começou a enviar fotos para as revistas a fim de ser selecionada para fazer trabalhos na área artística. Em 1926, Carmen fez sua primeira estreia nas páginas de revista – uma imagem que Lisa Shaw (2013, p. 11) descreve nos seguintes termos:

A photograph of young smiling Carmen Miranda was published in the Brazilian magazine *Selecta* on 7 July 1926, illustrating an article entitled “Who will be the Queen of Brazilian Cinema?” The article concerned a talent contest promoted by the National Circuit of Film Exhibitors, and although Carmen, was not referred to by name.

É, no entanto, em 1927 que a carreira de Maria do Carmo realmente começa. Segundo Castro (2005, p. 38-39,) “nesse ano conhece Aníbal Duarte de Oliveira, cantor e jornalista, ao entregar marmitas feitas por sua mãe. Oliveira estava organizando um

show beneficente a se realizar em janeiro de 1929 no Instituto Nacional de Música e convidou Carmen a cantar no evento. Essa participação, dependeria da aprovação do responsável que estava dirigindo o espetáculo, o violonista e compositor Josué de Barros. Um mês antes do festival, em dezembro de 1928 Aníbal levou Carmen a Josué”. E o autor (2005, p. 48-49) continua: “Em agosto ou setembro de 1929, Josué levou Carmen ao diretor artístico da Brunswick, o pianista e compositor Henrique Vogeler, que gostou do que ouviu. Carmen gravou então um samba de autoria de Josué: “Não vá simhora” e o choro “Se o samba é moda”. A empresa revelou artistas promissores, dentre eles: o flautista Benedito Lacerda e seu grupo Gente do Morro, o conjunto vocal Bando da Lua (que cantaria com Carmen futuramente) e o cantor e compositor Paulo de Oliveira”, mais tarde lendário Paulo da Portela¹⁶.

O disco ficou pronto em setembro, mas só sairia em janeiro de 1930. Porém, Carmen não ficou na Brunswick por muito tempo. Outra empresa da área artística chegou ao Brasil naquele ano, a Victor. Segundo Castro (2005, p. 49-50), “seu diretor artístico, o americano Walter George Ridge, contratou o compositor Rogério Guimarães para responder ao casting e pelo repertório, assim como Pixinguinha para cuidar dos arranjos e da regência dos vários grupos instrumentais da gravadora. Essa última contratação era audaciosa, dado que, pela primeira vez no Brasil, uma gravadora se atrevia a ter um músico brasileiro - e como se não bastasse, negro - à frente de uma orquestra, composta de brasileiros de todas as cores para acompanhar seus cantores. Desde que a Victor se instalara ao lado da Travessa do Comércio, se tornara cliente da pensão dos pais de Carmen e já a ouvira cantar. Rogério não apenas ouviu Carmen e a aprovou, como se encantou com sua voz e sua personalidade. O estúdio da Victor ficava na rua do mercado,

¹⁶ Em 1922, nasce o bloco “Baianinhas de Oswaldo Cruz”, na esquina da Estrada da Portela com a Rua Joaquim Teixeira, no qual Paulo toma parte como segundo diretor de harmonia. Recebe aí o apelido de Paulo da Portela e promove noitadas de caxambu, partido-alto e samba de terreiro em sua casa, auxiliado por Antônio Caetano e Antônio Rufino. As reuniões tornam-se muito grandes e os três organizadores alugam uma casa maior na Estrada da Portela. Ali, o sucesso das festas leva à formação do Conjunto Carnavalesco Escola de Samba de Oswaldo Cruz, que tem como presidente Paulo da Portela, secretário Antônio Caetano e tesoureiro Antônio Rufino. A escola é dirigida de forma diferente dos outros blocos e, para escapar da perseguição policial, evitam-se os arruaceiros e os confrontos de rua. Seus dirigentes passam a se vestir com elegância, com terno branco, gravata, sapatos e anéis. Entre algumas mudanças de nome, o conjunto passa a se chamar “Vai como pode” e, depois, “Grêmio Recreativo Escola de Samba Portela”. Com esse nome vence o primeiro desfile oficial do Rio de Janeiro, em 1935, com o enredo *O Samba Dominando o Mundo*. Em 1941 o descontentamento de alguns membros da Portela com a presença de Heitor dos Prazeres e Cartola gera um desentendimento entre os dirigentes em pleno Carnaval, e Paulo da Portela deixa a escola. A Portela segue como uma das principais escolas de samba da capital fluminense e Paulo passa a integrar a Lira do Amor, pequena escola do subúrbio de Bento Ribeiro, da qual se torna presidente. Disponível em: < www.encyclopedia.itaucultural.org.br/pessoa498479/paulo-da-portela > Acesso em 08 de setembro de 2020.

22, a cem metros da travessa do comércio e foi essa a distância que no dia 4 de dezembro Carmen percorreu entre sua casa e o microfone para gravar a canção toada “Triste Jandaia” e o samba “Dona Balbina” sempre da autoria Josué. Victor não perdeu tempo e pôs o disco nas lojas do Rio em princípios de janeiro de 1930, quase ao mesmo tempo que a Brunswick”.

O trabalho mais marcante, na carreira de Carmen Miranda foi a gravação da música “Pra você gostar de mim”, que seria conhecida por muitos como “Taí”. Segundo Castro (2005, p. 51- 53), “a música seria o início da consagração de Carmen, num carnaval tão rico que dividiria a música popular brasileira em antes e depois daqueles três ou quatro dias de 1930. Nas duas semanas e meia seguintes, deu-se outra surpresa “Taí” como o povo chamou “Pra você gostar de mim” alastrou-se pelos blocos de rua e pelos bailes, e chegou ao sábado de Carnaval no dia 1º de março, cantada por milhares de bocas. Por que a surpresa? Porque eram três marchinhas - coisa praticamente inédita na história do Carnaval”.

A fama a alcançava aonde Carmen ia: os jornais brasileiros e argentinos da época a chamavam de “rainha do disco” e “a maior expressão da nossa música popular”. Numa entrevista a R. Magalhães Jr para a revista *Vida Doméstica*, em julho de 1930, ao responder candidamente sobre se nascera no Rio, ela respondeu:

“- aí uma coisa interessante! - todos que me conhecem pensam que sou brasileira nascida no Rio, como se vê sou morena e tenho verdadeiro tipo de brasileira, mas sou filha de Portugal, nascida em Marco de Carnavazes e vim para o Brasil com um ano de idade (na verdade menos) mas meu coração é brasileiro e, se assim não fosse, eu não compreenderia tão bem a música desta maravilhosa encantadora terra.” (CASTRO.2005, p.63)

A gravadora após a entrevista, teve que contornar a situação, pois, era uma estratégia de marketing esconder sua nacionalidade. Porém, isso não atrapalhou a sua carreira. Em agosto de 1930, segundo Castro (2005, p. 65), Carmen Miranda gravou quatorze músicas em seis seções durante doze dias resultando em sete discos que foram lançados um a um até o fim do ano, mantendo sua média de soltar um disco na praça a cada 18 dias. Em dezembro, Carmen voltou a São Paulo gravando 12 músicas em 6 seções durante 7 dias resultando em 6 discos que foram distribuídos durante o primeiro semestre de 1931 inclusive os feitos para o Carnaval.

O início dos anos 30 foi a fase em que os compositores e cantores da geração de Carmen, tudo na faixa dos 30 anos ou menos, começava a se formar. Com o surgimento de Carmen e de suas inovações no ramo da música, alguns cantores perderam seus espaços por não conseguirem acompanhar essas mesmas inovações. A fama já estava há muito tempo na vida de Carmen, que vinha a fazer uma revolução na música brasileira, tornando-a mais profissional, mais popular, mais picante, e estimulando os compositores a explorar novos caminhos. A cantora ditava agora o ritmo de suas canções, tendo mais liberdade na forma de cantar as letras, dando seu próprio toque sensual. Enfim, assumindo o estilo que a consagrou internacionalmente.

Entre as pessoas que contribuíram para o sucesso de Carmen Miranda, podemos salientar Cesar Ladeira, que foi um radialista contratado pela Mayrink Veiga para tornar a emissora mais profissional do Brasil. Segundo Castro (2005, p. 95-97), “foi esta a primeira rádio a trocar os caches por contratos de trabalho, com horários e vencimentos fixos, direito a férias, e os benefícios abrangiam todo o mundo, redatores, locutores, contrarregras, arranjadores, músicos e cantores. A primeira artista que contrataram foi Carmen Miranda, que desenvolveu o seu programa semanal às sextas-feiras, às oito da noite, com o salário de um conto e 400 mil réis por mês e a obrigação de chegar na hora. Foi Cesar Ladeira quem criou a expressão “A pequena Notável” para Carmen”.

Em 1934, seria o ano com grandes canções de sucesso tanto para Aurora quanto para Carmen Miranda. De acordo com Castro (2005, p. 103), “Primavera no Rio” seria apenas a marchinha quase definitiva sobre o Rio porque, com diferença de dias, “Aurora gravaria “Cidade Maravilhosa” de e com André filho – e esta é seria a última palavra no assunto. “Cidade Maravilhosa” iria atravessar as décadas e o século como sinônimo do Carnaval e do próprio Rio”. É importante destacar que a música se tornou um hino do Rio de Janeiro e um símbolo do Brasil. O ano de 1936 veio com várias novas propostas de trabalho, além do Casino, a rádio Tupi que havia acabado de ser inaugurada também a contratou. Mas foi em fins de 1938 que surgiu um dos grandes sucessos de Carmen, já que foi nesse ano que participou do filme “*Banana da Terra*” e cantou pela primeira vez “O que é que a baiana tem?”. Segundo Lisa Shaw (2013, p. 24), “*Banana da Terra*” foi gravado por Wallace Downey’s e lançado durante o carnaval do ano seguinte. Shaw diz ainda que: “Distributed by MGM in Brasil, “*Banana da Terra*” premiered at the Cine

Metro-Passeio in Rio's city centre on 10 February 1939 and included two musical numbers performed by Carmen¹⁷.

Shaw (2013, p.12) escreve ainda que: “Carmen, like many of the first film actors in Brazil, was already a well-established star of popular music and the radio when she made the transition to the screen”¹⁸. No começo de fevereiro, duas semanas antes do Carnaval, estreou “*Banana da Terra*”, e dias depois Carmen foi ao estúdio da Odeon para gravar “O que é que a baiana tem?” e a “Preta do acarajé” com Dorival Caymmi. O Rio recebia um enxame de turistas dia e noite pela cidade. Entre esses turistas, podem destacar-se os passageiros do navio francês *Normandie* que chegara ao Rio no dia 15 de fevereiro, quarta-feira. Segundo Castro (2005, p. 179-185) “Entre os seus quase mil passageiros naquela viagem, estava o magnata americano dos teatros, o empresário Lee Shubert, seu libretista Marc Connelly, e sem nenhum vínculo com eles, exceto o das tênues amizades do Olimpo, a patinadora e estrela da 20th Century-Fox, a dinamarquesa Sonja Hernie. Naquela noite os três foram a Urca e viram Carmen”. Começava ali o caminho de Carmen para o sucesso mundial: a artista deixaria de ser uma cantora/atriz luso brasileira para se tornar uma lenda internacional. “Ao fim do espetáculo ele foi apresentado a Carmen e a convidou para um jantar Black Tie em seu navio na noite seguinte e conversar sobre uma proposta de trabalho em Hollywood”.

No dia 4 de maio de 1938, Carmen e o Bando da Lua embarcaram no navio *Uruguay*, que atracou em Nova York na manhã do dia 17 de maio. Sua ida para Hollywood é descrita por Cássio Emmanuel Barsante (1985, p. 5), que refere que, “quando Carmen pisou na Terra do Tio Sam levava na sua bagagem artística quase 300 músicas gravadas, 5 filmes e dezenas de shows inclusive dez excursões à Argentina”.

Alguns dizem que Carmen Miranda foi “fabricada” para a famosa política de boa vizinhança do então presidente Roosevelt. Porém, Barsante afirma que Carmen Miranda “estourou” nos Estados Unidos em 1939, poucos meses antes do início da Segunda Guerra Mundial quando aquela política de aproximação com as nações do Conesul ainda não tinha sido colocada em prática. Agora, se Carmen serviu para sustentar a política desenvolvida por Roosevelt, já é outra história. Muitas artistas em Hollywood sonhavam

¹⁷ Distribuído pela MGM no Brasil, “Banana da Terra” estreou no Cine Metro-Passeio no centro da cidade do Rio em 10 de fevereiro de 1939 e incluiu dois números musicais interpretados por Carmen.

¹⁸ Carmen, como muitos dos primeiros atores de cinema do Brasil, já era uma estrela consagrada da música popular e do rádio quando fez a transição para as telas”

fechar um ato e Carmen Miranda, só precisou de seis minutos para isso. Dentre vários jornais, que falaram de Carmen Miranda e o Bando da Lua, um deles chama atenção:

o Daily News que estampou nos jornais “The Brazilian bombshell” (A granada brasileira), assim, como a expressão “A pequena notável” proferida no Brasil em tantos jornais, “The Brazilian bombshell” seria a frase marcante de Carmen Miranda em sua carreira nos Estados Unidos (CASTRO. 2005, p. 211).

Em Portugal, jornais que tinham secções voltada a cultura e música ocasionalmente postavam notícias sobre Carmen Miranda, como o *Século Ilustrado* e o *Diário de Notícias*. Ambos davam ênfase ao fato dela ser portuguesa, mas, para se enquadrar nas ideias americanas, sua história de vida era modificada. Mudanças como sua idade, sua cidade natal e onde estudara criavam uma suposta maior credibilidade para a artista, já que os americanos apreciavam uma certa pureza. A sua estreia no universo americano proporcionou uma carreira mundial, como nos mostram as palavras de Cássio Emmanuel Barsante,

o sucesso de Carmen foi um dos mais expressivos da história do show Business norte-americano. Em seis meses de trabalho mandou para família cerca de mil contos de economia (quarenta mil dólares). O sucesso que havia começado no teatro, se estendeu pelo cinema e depois para várias lojas americanas, produtos estilo Carmen Miranda começava a se espalhar por várias vitrines. É importante destacar o que o Carnaval de 1940, segundo Castro (2005, p. 237), foi o primeiro sem Carmen em dez anos, o primeiro desde “**Tai**”, em que ela não tinha um sucesso para defender. Mas as duas cantoras que deixaram em seu lugar estavam indo muito bem e eram responsáveis pelas maiores marchinhas do ano: Aracy de Almeida com “Passarinho do Relógio” de Haroldo Lobo e Milton de Oliveira, e Dircinha Batista com “Upa” de Ary Barroso. Enquanto o carnaval se iniciava no Rio Carmen se apresentava no salão de Versailles (1985, p. 15).

Carmen realizou vários espetáculos do *Streets of Paris* em várias cidades do país. Ao voltar da turnê começou a se apresentar na Paramount Theatre, e filmou o filme *Serenata Tropical* (1940). A curiosidade dos fãs era imensa e a Fox criou um grande mistério em torno das filmagens, recusando-se a fornecer dados e fotos. Barsante (1985, p. 18) refere que: “Apesar do filme ter sido um sucesso nos Estados Unidos, foi muito criticado no Brasil devido ao modo que o povo argentino foi caracterizado, de modo que sua exibição foi proibida na Argentina. A música era uma mistura de samba e rumba e as caracterizações, uma confusão de Brasil, México, Cuba e Argentina. Carmen aparece como a Brazilian sensation do cabaré El Tigre. Mas para o norte-americano que

desconhecia as peculiaridades de cada país foi um sucesso, mesmo com as reclamações de Carmen junto ao estúdio”.

A guerra ainda estava a acontecer quando Carmen Miranda embarcou para o Rio no dia 28 de junho de 1940 e desembarcou no Brasil no dia 10 de julho. Nesse clima de conflito em todo mundo, sua chegada foi recebida como se um soldado voltasse da guerra. A artista aproveitou desse tempo, para gravar seus últimos sucessos discográficos no Brasil, já que os demais gravados nos Estados Unidos não teriam tanta importância quanto os feitos em sua pátria. Com sua volta aos Estados Unidos, no dia 02 de outubro de 1940 Carmen e o Bando da Lua voltaram a rotina. É importante destacar que Carmen retornaria ao Brasil somente 14 anos depois, em 1954 devido a problemas de saúde.

No dia 16 de agosto de 1940, quando o filme *Serenata tropical* estava quase finalizado Roosevelt aprovava o plano de Rockefeller, a criação de um órgão a que chamou de Office of the Coordinator of Inter American Affairs- Escritório do Coordenador de Negócios Interamericanos (Birô). É desse departamento que surge de algum modo a política da boa vizinhança. Antes era apenas um conceito num pedaço de papel que agora estava sendo posto em prática.

Devido ao fato de o Birô ter surgido quase na mesma época do filme, alguns diriam que o filme fazia parte da política da boa vizinhança, mas ninguém sabe ao certo a verdade. Segundo Castro (2005, p. 265), o próprio Darryl F. Zanuck via o filme como algo comercial, um musical com uma locação exótica. O cineasta tinha como intuito-se beneficiar da publicidade gratuita que a nova artista luso brasileira traria para ele e seu filme: Carmen Miranda. Outro ponto a destacar é que os filmes em Hollywood começavam a ter suas versões coloridas - entre eles: *Serenata Tropical*. Castro (2005, p. 261) “indica que a película, filmada no primeiro semestre de 1940, foi um dos primeiros musicais a se beneficiar dessa técnica”. *Serenata Tropical* não foi uma produção de cunho político e, dado o desastre que gerou entre os Argentinos, que não gostaram da forma como nele eram representados (tendo aliás sido proibida a divulgação do filme na Argentina) não serviria nunca como política de boa vizinhança. Não foi esse o caso de “*Uma Noite no Rio (1941)*”.

A exuberância de Carmen na tela do cinema fascinava o público e a comercialização dos seus filmes servia para esquecer a guerra. Segundo Eliane Meire Soares Raslan (2014, p. 205), “o filme “*Uma noite no Rio*” mostra o poder do comércio americano. Nele há o destaque da latina Carmen Miranda, no entanto colocam um barão

brasileiro que não fala português no intuito de manter o domínio da língua inglesa e preferem usar a comercialização dos filmes como meio de esquecer-se da violência da guerra.

Em geral, Carmen era uma comediantes, que se destacava não apenas por sua beleza, mas por algo mais raro entre as mulheres daquela época: ela era um clown e chamava a atenção dos homens e até de mulheres. O seu profissionalismo era admirado pelos diretores e colegas de trabalho, ainda mais pelos trajes que usava. As suas roupas, tamancos e barangandãs podiam pesar vários quilos. A este propósito, Castro (2005, p. 279) escreveu em seu livro: “Ela é incrível. Trabalha o dia inteiro, vestida com aquelas roupas pesadas, coberta de joias, e não se cansa. Certas saias de Carmen pesavam 12 quilos, turbantes 5 quilos e alguns brincos como os cachos de uva eram de madeira e pesavam”.



Manequim de Carmen Miranda na entrada do Museu (Fotos Alana Alcântara)



Turbantes – Museu Carmen Miranda – RJ (Fotos Alana Alcântara)



Tamancos Carmen Miranda (Fotos Alana Alcântara)



Barangandãs (Fotos Alana Alcântara Julho 2019)

A carreira tão desejada em Hollywood crescia. Depois de “*Street of Paris*”, “*Serenata Tropical*” e “*Uma noite no Rio*”, vieram novos convites, dentre eles, o convite de Sidney Grauman, para deixar as impressões de suas mãos e tamancos na calçada do Teatro chinês, honra reservada apenas às maiores estrelas do cinema. Segundo Barsante (1985, p. 82), “a bombshell foi a única sul-americana a merecer essa distinção até hoje. Ela escreveu: “To Sid, Viva! In the South American Way, assinou e datou: March, 24-1941”.

No Brasil, todos os seus contratos eram lidos, aprovados e depois assinados pela própria Carmen, porém, nos Estados Unidos dependia de Lee Shubert para tudo. Depois de um ano em Hollywood, já poderia resolver seus contratos sozinha, mas preferiu contratar George Frank que foi seu colaborador até seu casamento com David Sebastian.

Em relação aos seus filmes, os feitos no Brasil, desapareceram como se nunca tivessem existido e os feitos em Hollywood desagradavam sempre a alguma nacionalidade. “*Aconteceu em Havana (1941)*” não foi diferente. Na dissertação de Denise Hemandes de Mendonça Gold (2008, p.50), afirma-se que “nas produções de Hollywood, os latino-americanos são sempre representados de maneira inferior aos norte-americanos. São de temperamento agressivo, ou intempestivo, de aparência vulgar ou suja”. Os problemas desses filmes, principalmente naquela época é que traziam questionamentos em torno da identidade nacional de Carmen Miranda e a imagem que a artista estava criando para si nos Estados Unidos. Essa imagem suscitava opiniões diversas, pois o povo brasileiro formava opinião sobre Carmen a partir de jornais e

revistas, e por meio dos filmes que chegavam um ano depois que estreava em Hollywood. Alguns diriam que ela estava propagando o samba para os norte-americanos, outros diriam que Carmen estava fazendo papel de palhaça, sendo caricata demais.

A guerra começava interferir na rotina de Hollywood. Segundo Castro (2005, p.328-329), “a ideia era rodar o máximo de filmes possível, pois, a Fox temia perder seus galãs, para um front de guerra. Um dos filmes que foi antecipado foi: “*Minha secretária brasileira (1942)*”. Esse momento foi decisivo na carreira da artista, pois, George Frank comunicou a Shubert que Carmen queria comprar seu contrato. Os advogados de Shubert em resposta ao comunicado disseram que seria possível desde que Carmen pagasse 75% dos próximos 100 mil dólares que Carmen ganhasse da Fox ou de quaisquer fontes. Darryl F. Zanuck, o principal interessado na liberdade de Carmen, não queria que a pendenga se arrastasse e pagou então o que foi necessário.

Começava ali, uma nova etapa na vida de Carmen, com mais liberdade, para programar melhor sua vida. Segundo Castro (2005, p.329) “o contrato com a Fox previa dois filmes por ano, com três meses para cada um, quatro semanas para os ajustes finais e dois meses, especificamente, dezembro e janeiro para shows na Roxy, em Nova York”. Tendo Carmen três meses, para tomar sol, passear, ou simplesmente não fazer nada – mas com a guerra essa última possibilidade foi eliminada.

Quando a guerra começou os países procuraram várias táticas para atingir o adversário, sendo que uma dessas estratégias foi tentar colocar Portugal contra o Brasil usando Carmen como moeda de troca. Segundo Castro (2005, p. 340), “Carmen em alguns artigos dizia: “Meu País, “minha terra”, “meu povo”, quando se referia ao Brasil, assim os alemães tentaram utilizar dessa jogada para colocar Portugal contra o Brasil, mas a tentativa não deu certo”. Na estreia do filme “*Uma noite no Rio*” em Portugal, o jornal *República*, de Lisboa publicou um editorial em que lembrava, como que se lamentando, que Carmen nascera entre eles (portugueses) mas adotara a nacionalidade brasileira. O modo como escreveram dava a impressão de orgulho e lamento, orgulho pelo que ela se tornou e lamento por perdê-la para o samba, dando a impressão de quererem ter visto Carmen interpretar um fado.

Em 1943 e 1944 Carmen Miranda gravou “*Serenata boêmia (1944)*” (Greenwich Village), segundo Castro, (2005, p. 367 -375) “este foi o primeiro filme americano a incluir entre os números musicais “O que a baiana tem?”, porém, sem usar uma única peça do vestuário da baiana. Entre maio e julho, Carmen filmou “*Something for the Boys*

(1944)”, no Brasil (“*Alegria, rapazes!*”), o primeiro de seus filmes sem LeBaron ou o próprio Zanuck como produtor. No lugar destes, o responsável era Irving Starr, encarregado dos filmes de segunda linha da Fox. Pela segunda vez Carmen encabeçava o elenco”.

Ainda de acordo com Castro (2005, p. 379-380), “desde 1940 a pequena notável fora usuária de anfetaminas e barbitúricos - uma usuária intermitente nos dois primeiros anos, e constante nos dois anos seguintes. Nesses últimos já eram os remédios que lhe ditavam a frequência diária de seu uso - e não uma hipotética necessidade, de sua parte, de ter de dormir ou de continuar acordada em função de compromissos. Ou seja, já se tornara uma dependente. Talvez não ainda numa escala que interferisse na sua capacidade de trabalho – pelo menos, não há registros na Fox que faltasse ao estúdio, chegasse atrasada ou fosse um problema para a produção dos filmes”.

Em 1946, os convites para as produções diminuíram, Carmen gravou ainda cenas em “*Doll face*” (*Sonhos de estrela*) no qual tinha dois números musicais, mas somente um ficou no filme. A este propósito, Lisa Shaw (2013, p. 65) afirma: “Carmen is on screen in this scene for less than thirty seconds, and in her next scene she fares little better – remaining largely in the background of a dressing room, hidden behind two of leading characters, for less than a minute”¹⁹. Dessa maneira, Carmen começava a perceber que sua carreira na Fox estava terminando. Segundo Castro (2005, p. 395), “antes que isso acontecesse propôs Zanuck de rasgarem o contrato. Ela faria mais um filme que lhe estava devendo e a partir dali teria liberdade para filmar o que quisesse, inclusive na Fox. A Fox refutou e depois achou que era um bom negócio” - algo semelhante estava acontecendo nos outros estúdios, astros que estavam voltando da guerra, estavam ficando independentes.

O último filme de Carmen naquele ano, na Fox, foi “*Se eu fosse feliz*(1946)”, dessa vez a granada brasileira, conseguiu um bom número musical e muitas falas em português, talvez pelo remorso da Fox pelo que ela teve que passar em “*Sonho de estrela*(1946)”. Com o fim da guerra e o ciclo de Carmen no estúdio, os diretores da nova geração que se formava na Fox consideraram oficialmente encerrada a Política da Boa Vizinha e a adulação dos Estados Unidos aos países latino-americanos.

¹⁹ Carmen está na tela em uma das cenas por menos de trinta segundos, e em sua próxima cena ela se sai um pouco melhor - reaparecendo em grande parte no fundo de um camarim, escondido atrás de dois dos personagens principais, por menos de um minuto. (tradução própria)

É interessante destacar que no mesmo dia da inauguração do clube Copacabana foi também o lançamento do filme *Copacabana (1947)* em que Carmen interpretava duas personagens: a cantora brasileira Carmen Navarro e a cantora francesa Mademoiselle Fifi. O filme desde o início tinha tudo para dar errado, e comparado com outros filmes de Carmen na Fox, muito mal produzido. Segundo Castro (2005, p.419),

os filmes na Fox, o montador era proibido de cortar para intercalar tomadas dos atores reagindo, quando ela estivesse cantando ou dançando, e em “*Copacabana*” isso foi ignorado e não há um número de Carmen sem ditas interrupções. Essa informação dar para ser confirmada aos assistirmos “*Uma noite no Rio*” em que na primeira cena musical de Carmen, logo no início do filme, em nenhum momento da apresentação a câmera se posiciona para os espectadores, somente quando ela sai de cena e os dançarinos começam a dançar que o plano muda, para um plano aberto e conseguimos ver o público e Carmen retorna ao palco agora em plano maior. Já em *Copacabana* logo na primeira cena musical de Carmen a câmera corta para os atores sentados a observar a apresentação e trocam falas sobre a performance da personagem de Carmen.

Foi na rodagem desse filme que Carmen conheceu David Sebastian, com quem viria a casar. Com o casamento, Carmen aceitou que o marido cuidasse dos seus futuros contratos, mas com o passar do tempo e cansada dos trabalhos arranjados por ele, decidiu se encontrar com Joe Pasternak, ex- produtor de Deanna Durbin na Universal e agora na linha de musicais da MGM. Ele a convidou para fazer dois musicais jovens em Technicolor e Carmen aceitara, o primeiro, “*A date with Judy(1948)*”, no Brasil “*O Príncipe Encantado*” e em Portugal “*A professora de rumba*”. As filmagens tomariam março e abril de 1948 e a ideia era mostrar uma Carmen repaginada, sem as habituais vestimentas da baiana.

Ao voltar de Miami em 1948, Carmen gravara *o Príncipe Encantado*, mas devido ao excesso de medicamentos, sua aparência não estava nada saudável. Era o começo de uma depressão crônica em consequência da intoxicação provocada pelos medicamentos, o organismo começando a exigir um suprimento interrompido para continuar funcionando.

Um dos seus trabalhos marcantes foi a temporada na Europa, em 15 de abril de 1948. Carmen embarcou para Londres, para quatro semanas de apresentações no Palladium, do empresário Vic Parcel. Carmen cantou então todos os sucessos produzidos nos seus filmes. Era uma nova frente que se abria e no continente em que nascera.

De acordo com o jornal *Diário de Notícias*, no dia da sua estreia na Inglaterra, Amália Rodrigues cantava no Capitólio em um concerto beneficente durante a tarde de Lisboa que contava com apresentação de outros artistas como Teresa Gomes e José Manuel.

A leitura dos jornais portugueses consultados para esta dissertação mostra que a turnê de Carmen Miranda em Londres não foi noticiada em Portugal. No entanto, a artista teve alguma expressão na imprensa brasileira. Em fins de agosto de 1948, Carmen engravidou, sendo também esse o ano em que se separou de Sebastian.

Igualmente em 1948, filmou *Romance Carioca (1950)*, um filme no qual, de acordo com Castro (2005, p. 474), assinala uma diferença na sua personalidade, podendo distinguir-se a diferença entre “duas Carmens”. Tal como assinala,

a primeira do início das filmagens, sexy, a pele no tom certo de moreno, enxuta, com um sorriso franco e desarmado, e, outra Carmen nos fins de novembro que parecia inchada, matronal, os olhos estavam rípidos, a pele afogueada o sorriso era uma máscara e mais uma vez percebia-se essa sensação de tristeza que aquela Carmen parecia carregar. Como os números musicais estavam intercalados com as sequências de diálogos, o espectador devia achar incompreensível ver uma Carmen fulgurante, que de repente se transformava numa mulher acabada para, logo depois, no outro número, voltar exuberante a cena, e, em seguida, decair de novo. Coincidência ou não, Carmen dos dois números musicais estava a sós com dona Maria em North Bedford Drive sem Sebastian, quando eles foram filmados. A outra era que fora buscar seu marido e o levava de volta para casa. Nessas poucas semanas tudo pode ter acontecido.

Romance carioca estreou em Nova York em março de 1950, e para quem se abstraiu da aparência de Carmen no restante do filme, seus números musicais faziam crer que o cinema ainda a teria por muitos anos. Principalmente por “Caroom’ pa” com a eufórica coreografia de Nick Castle. Era uma apresentação de cores e movimento sobressaltando os efeitos poucas vezes visto em um musical da época.

Em relação aos seus filmes, desde 1940, que Carmen rodara pelo menos um por ano, num total de treze. Agora pela primeira vez desde que chegara à América, ficaria dois anos seguidos 1950 e 1951 sem participar de nenhuma película. Segundo Castro (2005, p.480), “a MGM tinha opção por um terceiro filme com ela, mas Joe Pasternak não estava a avançar com uma proposta. Nem Pasternak, nem qualquer produtor de outro estúdio. Hollywood enfrentava uma crise que não conhecera anteriormente, nem mesmo

nos piores anos da depressão. Em 1950, a frequência ao cinema nos Estados Unidos desabara de 60 mil ingressos por semana para 30 mil a menos que em 1948”.

Numa de suas viagens, em 1954, ao desembarcar em Manhattan, Carmen não estava bem. Podia estar sofrendo as consequências de uma super intoxicação provocada pelos barbitúricos e anfetaminas ou pelo álcool. Na sequência desse episódio, no dia 2 de dezembro de 1954 foi levada para o Rio de Janeiro.

Por recomendação do dr. Aloysio, Gabriel pediu a Herbert Moses, presidente da ABI (Associação Brasileira de Imprensa) que tentasse manter os repórteres distantes do aeroporto por questão de saúde. Carmen não poderia atender os rapazes um a um na noite de sua chegada. Em troca, prometia uma entrevista coletiva para a tarde seguinte, no Copacabana Palace. É interessante destacar que em 5 de agosto de 1954 ocorreu um episódio que marcou o Brasil conhecido como "Atentado da Rua Tonelero", que foi a tentativa de assassinato do jornalista Carlos Lacerda, ferrenho opositor de Getúlio Vargas. Cinco meses antes da chegada de Carmen. Gregório Fortunato (era o chefe da segurança da segurança do presidente Getúlio Vargas) foi acusado de ser o mandante do crime, do qual Lacerda saiu levemente ferido, não tendo a mesma sorte o major da Aeronáutica do Brasil, Rubens Florentino Vaz, que foi baleado e morreu a caminho do hospital. Carmen era grande amiga de Lacerda e um ano depois do episódio, Carmen Miranda seria a notícia do mês.

Em relação às propostas de trabalhos, e após voltar aos Estados Unidos em 1954, surgiram então dois convites para filmes da MGM ambos em cinemascopo – hipóteses que não se cumpriram. Nesse período, Carmen e o Bando da Lua se apresentaram no Tropicana, voltando a Beverly Hills no dia 29 de julho, a uma semana de sua participação no programa de televisão de Jimmy Durante.

De acordo com Castro (2005, p. 543-545), no dia 4, pouco antes das sete da noite, a plateia já estava em seus lugares, contando-se alguns dos seus amigos e familiares como parte do público. As filmagens de The Jimmy Durante Show começavam. O primeiro bloco ocorreu como planejado, incluindo uma sequência na qual Carmen dançaria com Jimmy um frenético medley de ritmos de Fox, samba, tango e mambo - um número muito exigente para ambos. As câmeras já estavam rodando e a dado momento, quando Jimmy se virou para contracenar com o coadjuvante Eddie Jackson, Carmen desequilibrou-se e quase caiu. Contudo, Carmen sorriu, cantou “Cuanto le Gusta” sem perder um segundo de velocidade e saiu com o Bando da Lua mandando beijos e se

despedindo de Jimmy. Assim, foi a última performance de Carmen Miranda nos Estados e Unidos e no mundo”.

Como podemos compreender através da trajetória que acabamos de revisar, a vida de Maria do Carmo se divide em duas partes: numa primeira em que era somente Carmen, e numa segunda, quando ela se torna Carmen Miranda.

3.1 A CELEBRIDADE QUE SE TORNOU UM MITO E SUA BAIANA ESTILIZADA

O teatro de revista apresentava situações do cotidiano da sociedade de forma cômica, e era considerado um gênero do teatro musical. As peças abordavam temas relativos à política e às mudanças sociais, comportamentais e urbanas, levando aos palcos as mais variadas questões que ocorriam na cidade. As revistas possuíam um compromisso com a contemporaneidade. Na verdade, o teatro já incluía, nesse cenário, representações da baiana. Carmen Miranda só veio a participar desse gênero de teatro quando já tinha uma carreira discográfica, e, unindo essas duas áreas, também adotou a figura da baiana.

Segundo Léa Maria Schmitt Leal (2018.p.2-3), “grandes cantoras-intérpretes performaram a baiana de forma única e singular, trazendo para a luz da ribalta uma concepção de baiana moldado em determinados atributos de ancestralidade e historicidade”, como por exemplo, a grega Ana Manarezzi. De acordo com Veneziano (1991, p. 124 apud Leal 2018, p.3), “a baiana como personagem aparece pela primeira vez no teatro musical brasileiro na comédia Direito por Linhas Tortas de França Junior, em 1870”.

Devemos também pontuar que tal invenção e celebração da baiana no nível simbólico, precederam a ascensão de fato das atrizes mestiças e negras ao estrelato e preencheram um papel ideológico, que não estava vinculado a mudanças na situação socioeconômica das populações negras e mestiças brasileiras”. Ainda assim, no Brasil as atrizes negras demoraram para ter papéis de protagonista em novelas.

A construção da personagem baiana desempenha um papel de identidade, mas também como ato cultural e social. Segundo Néstor Garcia Canclini (1983.p. 30), “a cultura é um processo social de produção”. Nesse sentido pode-se dizer que a personagem “a baiana” é um produto do meio, mas também é algo enraizado culturalmente, porque a baiana antes de ser personagem, também era o que aquelas senhoras eram, a roupa, os

adereços, os rituais é que moldavam o seu modo pensar, seus comportamentos. Não se sabe, ao certo quem teve a ideia de Carmen Miranda se vestir de baiana pela primeira vez, sabemos que a cantora já tinha sucesso quando integrou essa personagem. Segundo Fernando Balieiro (2014, p. 201-202), “a Bahia já era tema da indústria fonográfica, muito antes de Carmen começar a cantar canções relacionadas ao estado da primeira capital do Brasil”. Mas sabemos que foi Dorival Caymmi que caracterizou Carmen, ajudando-a com a vestimenta e gestualidades no filme “*Banana da Terra (1939)*”, Caymmi trouxe sua Bahia para a performance e estilização de Carmen, transformando os balangandãs, os adereços da Bahia, numa mercadoria consumida pela elite brasileira.

É interessante destacar que o governo apoiava um nacionalismo e identidade nacional, mas as medidas ainda se baseavam nos modelos europeus. A construção da imagem da baiana de Carmen Miranda só veio no final dos anos 30, em que segundo Castro (2005, p. 165-166),” compositores brasileiros, apresentaram músicas com o tema da Bahia para cantora, como por exemplo: Ary Barroso com “No tabuleiro da baiana” que Carmen gravou em 1936 em dupla com Luiz Barbosa, em 1937, “Quando eu penso na Bahia” em dupla com Sylvio Caldas e “Na baixa do sapateiro” em outubro de 1938. A temática da Bahia ficava tão bem em Carmen que outros compositores, baianos ou não, começaram aparecer com suas canções com essa inspiração. Em menos de dois anos Carmen gravou sete canções “bairanas”. Mas sua identidade baiana só se estabeleceu de fato, em fins de 1938, quando gravou suas cenas no filme “*Banana da terra*”.

De acordo com Castro (2005, p. 166-170), “Carmen se dirigiu ao estúdio da Sonofilms, a produtora de Wallace Downey, para filmar suas duas participações no musical “*Banana da Terra*”. Na primeira, de cara preta à Al Jolson, Carmen e Almirante cantaram a marchinha “Pirilito” de Braguinha e Alberto Ribeiro que nada tinha a ver com a Bahia. Na segunda, vestida como uma baiana – bata, saia rodada, colares, pulseiras, balangandãs e um turbante com cesta de frutinhas – Carmen lançou o samba do novato Dorival Caymmi “O que é que a baiana tem?” e Dorival Caymmi, foi levado por Almirante à casa de Carmen, onde ela ouviu o samba pela segunda vez e gostou do que ouviu. Dias antes, Caymmi havia gravado na Sonofilms sem saber que a música seria para mostrar a Carmen. Mais tarde, o compositor explicou à pequena notável o significado de certas referências da letra: o torço de seda era o turbante; o pano- da-costa, o xale. os balangandãs eram pincas de figas e amuletos feitos de metais nobres, lavrados por finos ourives e de quaisquer objetos de ferro, madeira ou osso que representassem um pedido

ao santo ou o pagamento de uma promessa. Quem as usavam eram as formidáveis negras do partido- alto da Bahia, ex escravas que tinham ouro e prata escondidos em casa. E a própria palavra *balangandãs*, por mais sugestiva, era uma novidade: exceto os dicionaristas, ninguém a conhecia no Rio”.

A personagem de Carmen Miranda poderia ter sido interpretada de várias maneiras, mas essa imagem que está associada ao filme “*Banana da Terra*”, que impulsionou os discursos e a imagem que é divulgada até hoje dos brasileiros fora do Brasil. Segundo Macedo (2011, p. 111) “é a partir da imagem da baiana que surge um forte símbolo articulador de identidades (brasileira e latino-americana) e sua principal forma de representação nos últimos 80 anos. É, mais particularmente, a canção “O que é que a baiana tem?”, assim como a performance e a própria imagem de Carmen que impulsionam esse discurso que estava sendo construído nos Estados Unidos – e que, devido à política da Boa Vizinhança, se intensificou ainda mais. O filme “*Banana da Terra*”, para os Estados Unidos tinha como intenção “pasteurizar” a América Latina e transformá-la num produto de consumo, por motivos econômicos e políticos, enquanto o mesmo, no Brasil, pretendia apenas criar uma imagem positiva e simpática tanto dirigida aos estrangeiros como aos nativos”. Segundo Macedo (2011, p.112) “existia uma política global explícita de constituição de identidade nacional que partia dos dois lados para firmá-la – e Carmen Miranda servia perfeitamente a esses objetivos. Mas a diluição cultural em produto de consumo era algo que as forças brasileiras por si só já vinham fazendo. Ou seja, não foi privilégio da Broadway ou de Hollywood canalizar esse discurso, dado que o próprio Estado Novo brasileiro teve destacado papel na construção de uma identidade nacional”. Nesse quadro, disseminou a mensagem, a milhões de brasileiros, que eles eram “iguais”, gostavam das mesmas músicas, das mesmas comidas e dos mesmos artistas, acentuando essa ideia através de espetáculos, da educação, da música, da rádio, do cinema ou da literatura, entre outros meios. Contudo, a diferença principal estava no alcance que cada um tinha. Nessa medida, o alcance de Hollywood foi maior, massificando filmes como “*Banana da Terra*” que representava o desvio do que o Brasil queria, que era firmar esse ideal de identidade nacional de que todos eram “iguais”.

Os trabalhos feitos por Carmen Miranda desde o início de sua carreira sempre tiveram impacto. Como vimos, o seu comportamento, o seu modo único de se vestir chamava a atenção. Mas antes de “*Banana da Terra*” invadir as telas dos cinemas

brasileiros, Carmen já utilizava sua identidade para criar uma imagem para o povo brasileiro, por meio da publicidade. Segundo Castro (2005, p. 61), “se Carmen era sinônimo de “it”, o leite de rosas prometia dar “it” a quem usasse”. Essa campanha a um leite facial foi a primeira campanha de Carmen e agradou, levando a que ela se tornasse a garota propaganda do produto pelos anos seguintes. Após quatro anos de carreira, ninguém mais queria ser artista de Hollywood. Queriam então ser Carmen Miranda. Castro (2005, p.118) afirma ainda que “ser cantora de rádio substituíra aquela antiga aspiração das moçoilas nacionais de se tornarem artistas de cinema. Nenhuma brasileira de pituca ou Maria Chiquinha queria mais ser Joan Crawford ou Norma Shearer - o que ela queria agora era ser Carmen Miranda”.

Com a ida de Carmen para os Estados Unidos, mais produtos começaram a estar associado ao seu nome, como exemplifica a sua ligação aos armazéns Magazine Macy's, que começaram a vender batas, saias e plataformas ao estilo Carmen Miranda, ou a Glass & Co, que copiava as bijuterias de Carmen. Outras indústrias, como Mitchell & Weber, de Nova York, a Blume Knitware, Inc., também se inspiraram na sua imagem, e depois veio a Saks Fifth Avenue, com a proeminente presença de Carmen em suas vitrines, inclusive no rosto e nos gestos de manequins, e um cartaz com a ampliação da letra em português “O que é que a baiana tem?” numa das paredes. Isso se valia para os turbantes produzidos por Ben Kanrich, “criados” por Carmen e vendidos a 2,77 dólares, com um texto que dizia: “tão encantador quanto o original usado por miss Miranda, você achará mais fácil adotar a nossa versão de seu turbante. Ele tem o mesmo ‘sabor’ e personalidade de Carmen Miranda: é exótico, vivaz e diferente” ..., mas quem conseguia suplantar o original?

Tal como notou Castro (.2005, p.223),

Carmen podia inventar um turbante por hora, se quisesse, adornando-o com penas de faisão, rabos de galo e espigas de milho, tudo isso começaria a aparecer nos seus turbantes de palco. Além disso, era no turbante que ela aprendia os brincos, não nas orelhas - quem mais teria essa ideia? Um repórter lhe perguntou: “Agora que todas as mulheres aderiram aos turbantes você continua a usá-los?” Carmen nem vacilou: “enquanto gostar, vou continuar usando. As outras podem ir lamber sabão”.

A imagem de Carmen se propagou tanto que até começaram a aparecer produtos piratas de suas coleções. E não se tratava apenas de colocar seu nome no produto, ela tinha que também marcar presença, posar para fotos, conciliando essas atividades com as

apresentações nos teatros, matines etc. Todos queriam sua presença, inclusive os jornalistas que produziam matérias e mais matérias sobre seu estilo, sua simplicidade e graça. De acordo com Nicolau Sevcenko, para um artista se tornar um mito é necessário primeiro: “criar mitos, depois penetrar e divulgar com estardalhaço os detalhes mais palpantes de suas vidas privadas. Isso estabelecia o circuito ídolos-fãs-dramas-lances bombásticos recordes de audiência como o projeto ideal” (SEVCENKO, 1998, p. 591). E é exatamente assim, que a imagem de Carmen Miranda se propagava no Brasil, nos Estados Unidos e depois para o mundo: como uma artista sensual e carismática.

Note-se que o fato de ser branca ajudava na aceitação do público. Sua baiana estilizada tinha elementos da negritude da baiana, com aspectos da linguagem popular, a sexualidade e as interpretações de duplo sentido que somente o povo brasileiro possui. Maria do Carmo, antes mesmo de fazer sucesso como cantora, chamava atenção nas ruas de homens e mulheres. Posteriormente, quando suas invenções chegaram aos Estados Unidos, as mulheres que buscavam algo novo encontraram nos acessórios e vestimentas de Carmen o visual para apimentar seus uniformes e roupas do dia a dia. É interessante destacar que, quando um artista discursa publicitariamente a favor de marcas e empresas, seu carisma e credibilidade parecem automaticamente associados àquilo que ele vende, potencializando a venda junto ao consumidor.

De acordo com Gustavo Borges de Corrêa (2011, p.141), “a figura de Carmen Miranda foi um dos ícones mais homenageados por esses admiradores da imagem feminina”. Em Portugal, sua personagem também foi representada dentro desse universo, em conversa com o dono da “Finalmente”, a mais antiga discoteca de drag queen em Lisboa, a personagem foi lembrada várias vezes, não somente por uma pessoa, mas por muitos que já se apresentaram na discoteca. Com todo seu exagero visual, alcançado através do uso de altas sandálias de plataforma, vistosos turbantes, saias rodadas, maquiagem carregada e gestos elaborados, não é difícil entender por que a cantora e atriz se tornou referência essencial para drags.

Carmen Miranda se tornou um ícone, um mito, por sua originalidade, mas também por causa da indústria cultural que a transformou em produto das massas. Seus filmes, discografias, performances e tudo o mais se tornava produto midiático. Poderíamos dizer que a pessoa Maria do Carmo acabaria por ser ultrapassada por Carmen Miranda, o mito que ela representava, deixando pouco espaço à mudança e à evolução que ela própria naturalmente poderia ter tido.

De qualquer forma, todos os filmes de Carmen e de suas personagens, sejam elas vestidas como baianas, com turbantes de frutas ou não, passavam uma imagem de mulher brasileira que não condiz totalmente com a realidade. A mídia brasileira e estrangeira “aceitava” a imagem da baiana e da cultura afro-brasileira representada por Carmen Miranda, pois ela incorporava também a imagem considerada “ideal” para uma embaixadora da cultura nacional. Segundo Kárita Bernardo de Macedo (2019, p.267), “a baiana branca de expressivos olhos verdes, de cabelo disciplinado, corpo curvilíneo e coberta de tecidos cintilantes e caros, apresentava-se ao público brasileiro como uma imagem “autorizada”, uma versão considerada aceitável de um ícone não apenas da Bahia, mas do Rio Janeiro do começo do século XX, então capital do país. A imagem “autorizada” e “aceitável” significava distanciar-se da pele negra, dos contornos fartos do corpo, dos indícios de uma religião que era malvista e muitas vezes satanizada e da pobreza que circundava a maior parte da população negra naquele contexto. Era uma imagem do país “pasteurizada”, higienizada e que estava de acordo com os padrões de consumo da mídia brasileira e estrangeira”.

Em relação aos seus filmes, a imagem que Carmen Miranda difundia para a sociedade tanto brasileira quanto para o mundo é de uma mulher fácil e ambiciosas. Segundo Eneida Maria de Souza (2004, p.79), “as suas personagens nos filmes eram sempre efusivas, entregues às suas emoções, sensuais, mais liberais que as sobrinhas do Tio Sam, sem marido, irracionais e interesseiras”. Um verdadeiro exemplo do que as mulheres “belas, recatadas e do lar” não deveriam ser. Além de ser o anti-herói, sua imagem era também símbolo do feminino e da sedução, que, de acordo com Souza (2004, p.79) “associado ao discurso corporal e à sensibilidade, se opõe à racionalidade, ao discurso masculino, concentrado na cabeça”.

Carmen Miranda e sua baiana foi um produto de massa e uma agente na construção da política da boa vizinhança que seria construída entre os Estados Unidos e o Brasil, mesmo que no início sua chegada nas terras americanas não tivesse esse intuito. É nessa ótica que o próximo capítulo, através de uma análise dos media da época, abordará a cultura de massa e o símbolo que Carmen Miranda representou dentro dessa indústria cultural.

CAPÍTULO IV – OS MEDIA

4.1 CARMEN MIRANDA E O UNIVERSO COMUNICACIONAL DE SUA ÉPOCA

Este capítulo da dissertação consistirá numa análise do material recolhido no Museu Carmen Miranda, que se situa no Rio de Janeiro, e nos jornais europeus, em especial, *o Século Ilustrado* e *o Diário de Notícias* em Portugal que possui um clipping de notícias sobre a artista em seu acervo, e que foi um dos principais jornais da época (e que ainda existe atualmente).

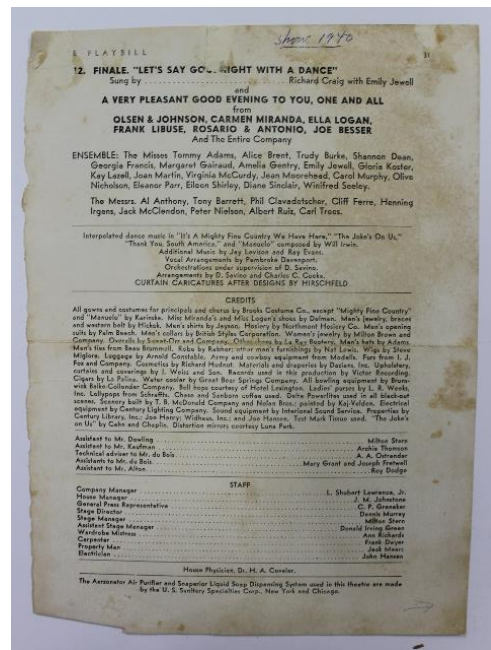
Durante a pesquisa no museu pode-se perceber que a grande parte das notícias da época são sobre a morte de Carmen Miranda. Segundo o responsável pelo museu César Soares Balbi, existem ao todo, 3.348 itens guardados no museu, sendo 1391 fotografias e 461 peças de indumentárias – entre elas 220 bijuterias, 11 trajes completos de shows e filmes, 08 cintos, 05 bolsas, 27 pares de sapatos e 38 turbantes. Balbi assinala ainda que o museu guarda, também, uma expressiva documentação bibliográfica e iconográfica, incluindo caricaturas originais, roteiros de filmes com anotações feitas por Carmen, fotografias, cartazes, troféus, partituras, programas e agradecimentos. complementarmente, inclui cerca de cinco mil recortes de jornais e revistas que relatam os acontecimentos históricos da Embaixatriz do Samba.

Antes de abordar como esses artigos e notícias contribuíram para construção do mito Carmen Miranda, neste capítulo será feito um mapeamento do material pesquisado. Esse mapeamento será dividido em duas fases, sobre a vida de Carmen Miranda e a segunda relativa às notícias da sua morte.

Dessa forma, começaremos por abordar o material dos anos 40 e terminaremos com notícias de 1955, o ano que a artista faleceu.

Um primeiro documento a salientar consiste na primeira parte de um artigo, intitulado “Who’s who in the Cast”, e publicado em 1940 na revista *Playbill*²⁰. Esse texto centra-se sobre o sucesso imediato de Carmen Miranda, dando destaque às suas roupas extravagantes e fazendo referência aos seus filmes já lançados, sobretudo ao então mais recente “*Weekend in Havana*”. A inclui ainda informação sobre os créditos do filme, designando o nome dos atores e cantores em caixa alta e em negrito.

²⁰ A empresa foi fundada em 1885, era como um folhetim ou programa dos eventos teatrais dos teatros, hoje chamada como a Revista da Broadway para espectadores de teatro.



Revista Playbill (1940)

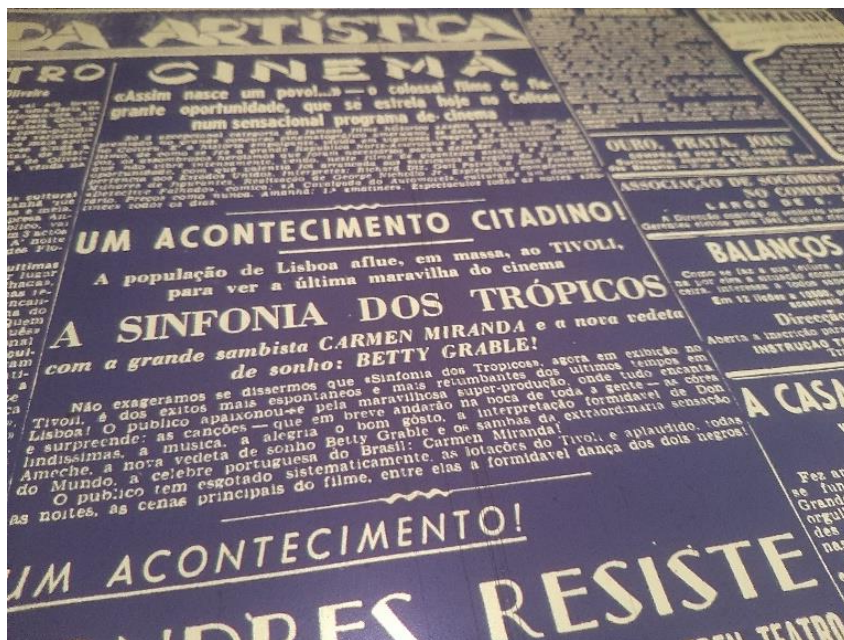
Nas notícias nos anos 40, nos jornais portugueses, Carmen Miranda era mencionada sobretudo nos jornais especializados em cobrir notícias culturais e artísticas, e, seus filmes já estavam sendo exibidos por Portugal.

Segundo a lista disponibilizada pela Cinemateca, o filme “Down Argentine Way”, de 1940, realizado por Irving Cummings estreou no Tivoli em 30 de dezembro de 1940 e ficou em cartaz até dia 19 de janeiro de 1941. Em Portugal foi intitulado como “Sinfonia Dos Trópicos”. Os destaques sobre a película foram publicados nessa mesma data e podem ser encontrados no jornal *Diário de Notícias*, consultável em microfilme na Biblioteca Nacional de Portugal.



Diário de Notícias (1941)

No dia 02 de janeiro de 1941, **A Sinfonia dos Trópicos** recebeu uma nota, a única durante todos os dias em que o filme esteve em cartaz, referindo que os portugueses lotaram o Tivoli aplaudindo todas as noites as cenas principais do filme.



Diário de Notícias (1941)

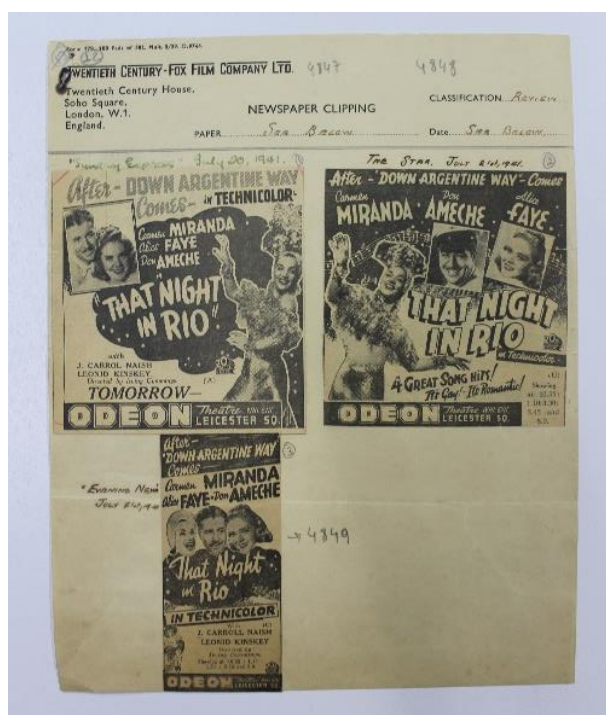
Quanto ao Brasil, ocasionalmente era mencionado em pequenas notas. Embora não encontre neste período notícias específicas sobre Carmen Miranda nos jornais portugueses, esses jornais publicaram diferentes artigos sobre a atualidade brasileira, que demonstram o vínculo entre os dois países.

Outra notícia, também do *Diário de Notícias*, desta vez, correlacionada a Carmen foi publicada, no dia 31 de janeiro de 1940:

São Luís - O carnaval de 1940

“É assim apresentará no palco um grandioso Acto de Music Hall com a artista do cinema e do rádio, no México, Argentina, Chile, e Brasil, Carmen Miranda Chilena um nome que basta para organizar um programa. Gaby Ubilla”.

Apesar da notícia não ser exatamente sobre Carmen Miranda, é perceptível que a artista já influenciava outros artistas, que tentavam imitá-la. Em 20 de julho de 1941, foi publicado um clipping, sobre “*Down Argentine Way*”, um dos filmes de Carmen Miranda, no jornal *Sea Below* em Londres -



Sea Below (1941)

Seguindo a cronologia do material recolhido no Museu da Carmen Miranda no Rio de Janeiro e o Clipping do *Diário de Notícias* em Portugal, a seguinte informação foi publicada em 3 de novembro de 1941. Entrava então em cartaz no Tivoli “*That Night in Rio*” ou “*Uma Noite no Rio*” – “um turbilhão de cor, de sambas, de canções e de alegria!”, tal como anunciava o cartaz. Na segunda semana, o cartaz foi republicado, sendo acompanhado pelas palavras “Carmen Miranda Venceu! Com seus sambas maravilhosos! A graça das suas danças! O seu talento de atriz! UM ASSOMBRO MUSICAL COLORIDO que parece feito de proposito para Portugal e para portugueses! São palavras como estas que nos mostram bem a adesão do público ao trabalho de Carmen Miranda, sendo de salientar o entusiasmo que delas revelam.

Notemos que na época em causa, a Europa ainda vivia a guerra. O *Século Ilustrado* do dia 6 de dezembro de 1941 inicia-se assim com charges humorísticas, notícias sobre celebridades como Barbara Stanwyck, sem deixar de publicar notícias



jornal **O Século Ilustrado**

“Carmen Miranda, a mais brasileira das portuguesas do Brasil deixou em Hollywood um rastro do seu perfume e dos sambas que a celebrizaram...eis como Ann Sheridan vai aparecer num novo filme da Warner a que poderemos chamar <Zona Torrida> (O Século Ilustrado - 1942).

Com a simples frase “A mais brasileira das portuguesas”, o jornal português mostrava seu orgulho pelo sucesso da artista portuguesa. Foi naquele mesmo mês e ano, que segundo a Cinemateca foi exibido mais um filme de Carmen Miranda: “*FÉRIAS EM HAVANA*”, do realizador Walter Lang com estreia no Eden no dia 17 de abril de 1942.



Diário de Notícias (1942)

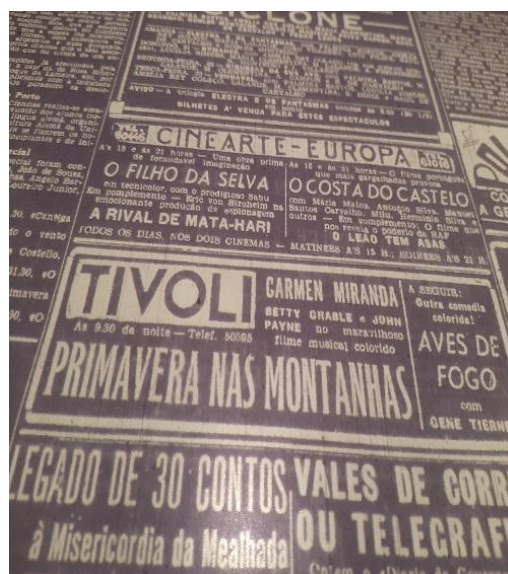
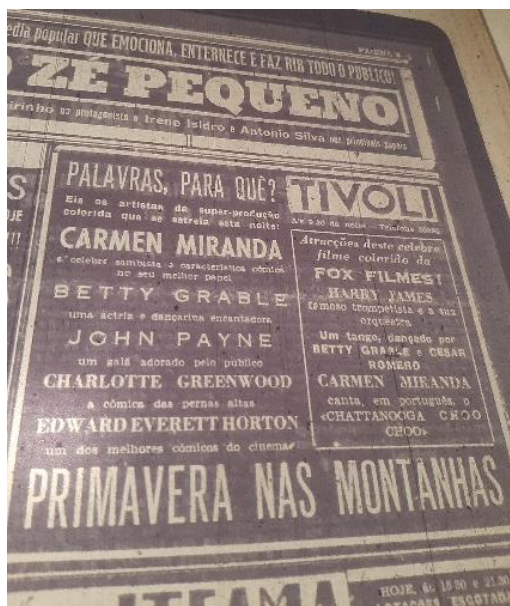
Nesse dia, o jornal *Diário de Notícias*, em sua coluna de CINEMA assinalava: “Carmen Miranda a triunfadora do rádio, do teatro e do cinema, que obteve um triunfo inigualável em New York conseguindo os mais vantajosos contratos, vai aparecer hoje na tela do Edén na última e sensacional revelação de Hollywood, “*WEEKEND IN HAVANA*”, um filme que é uma festa de música e de cor. Ao lado de Alice Faye e John Payne, com Cesar Romero, Carmen Miranda vai mais uma vez triunfar em Lisboa, onde conta com um numeroso público”.

Adicionalmente, na terceira semana de exibição desse filme, o mesmo jornal acrescentava:

Entra hoje em 3ª semana de exibição o grandioso êxito de Carmen Miranda. *Férias em Havana*, que depois de duas semanas de lotações esgotadas se mantém em pleno sucesso. O que basta para garantir a grande categoria desta maravilhosa comédia musical que é sem dúvida um inesquecível espetáculo de beleza, fantasia, cor e movimento. Rigoroso exclusivo do Edén, este filme não será exibido em qualquer outro cinema da capital antes da futura época de inverno (Microfilme. *Diário de Notícias*. 01-05-1942).

As últimas exhibições aconteceram a 7 de maio de 1942, uma matinê as 15:30 da tarde e uma sessão as 21:30 da noite, segundo informações do *Diário de Notícias*. Através desta sequência, podemos notar que cada filme que Carmen Miranda lançava era exibido em Portugal dentro do prazo de um ano. Assim, no dia 8 de novembro de 1943 foi estreado “*SPRINGTIME IN THE ROCKIES*”, ou no caso do Brasil: “*PRIMAVERA NAS MONTANHAS ROCHOSAS*” e em Portugal: “*PRIMAVERA NAS MONTANHAS*”, no

cinema Tivoli em Lisboa, tendo decorrido a sua última exibição em 19 de novembro de 1943.

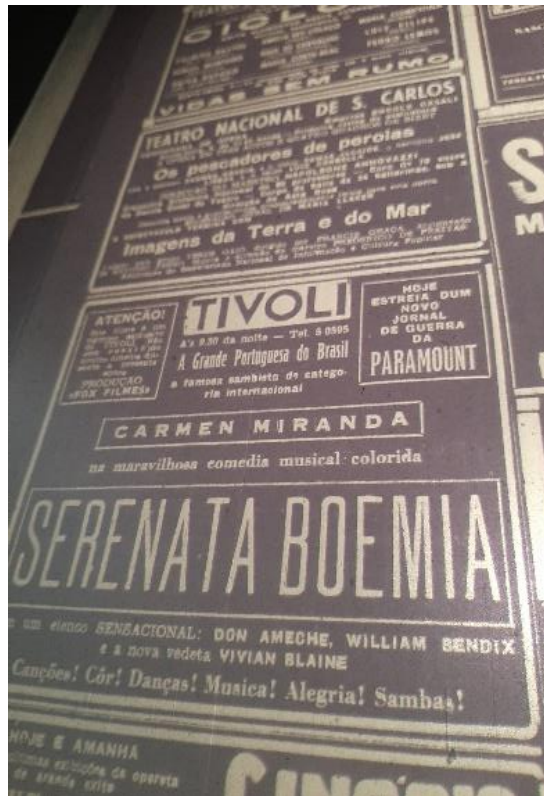


Diário de Notícias (1943)

Seus filmes exibidos em Portugal, assim como no Brasil atraíam uma multidão de espectadores, apesar das críticas negativas dos jornais brasileiros, em Portugal, a crítica era positiva como notas: “O público se apaixonou pela maravilhosa superprodução” e “Com a grande sambista Carmen Miranda”. No Brasil, essas críticas negativas aconteciam, devido alguns ressentimentos dos brasileiros pelos 14 anos consecutivos de ausência, mas também sentiam orgulho do seu sucesso, era uma mistura de sentimentos.

Em 1944, o Tivoli em Lisboa estreava mais um dos filmes da artista. “*The Gang's all here*”, ou no português de Portugal “*Sinfonia de Estrelas*”. O filme, de Busby Berkeley, estreou no dia 17 de fevereiro de 1944, segundo informações da Cinemateca, porém, essa estreia não teve destaque no jornal *Diário de Notícias*.

Carmen Miranda só voltou a ser notícia um ano depois com a estreia de “*Serenata Boemia*”, do realizador Walter Lang em 30 de abril de 1945, distribuição da Fox.



Diário de Notícias (1945)

O cinema Tivoli teve exclusividade na exibição do filme, e o respectivo destaque no jornal ainda vem com a frase “A Grande Portuguesa do Brasil, a famosa sambista de categoria internacional, Carmen Miranda na maravilhosa comédia musical colorida “*Serenata Boemia*”. Vários fatores podem ter encaminhado para que o filme ter sido exibido em apenas um cinema, como: uma exigência da produtora do filme, e/ou, do próprio cinema, não se sabe ao certo, mas ter exclusividade em um filme mesmo naquela época com certeza fazia parte de uma ação de marketing. É importante mencionar que foi nesse ano que a Segunda Guerra Mundial estava terminando e Portugal não participou efetivamente na Segunda Grande Guerra, não sentindo os seus efeitos negativos na indústria cinematográfica que também existia no país. Por isso, esta atividade continuou a funcionar normalmente e a película “*Serenata Boemia*” ainda ficou em cartaz até dia 13 de maio de 1945, dando lugar para o filme português *A noiva do Brasil*.



Diário de Notícias (1945)

Nesse mesmo ano, em 2 de julho, foi a estreia, uma vez mais no Tivoli, de “*Four jills in a jeep*”, do realizador William A. Seiter - ou no português de Portugal “*Quatro Raparigas Encantadoras*”. É importante destacar que, em julho, Aurora Miranda também estreava nos cinemas portugueses com a novela em forma de filme “*A Mulher Desconhecida*”, no mesmo dia que saía de cartaz “*Quatro Raparigas Encantadoras*”.





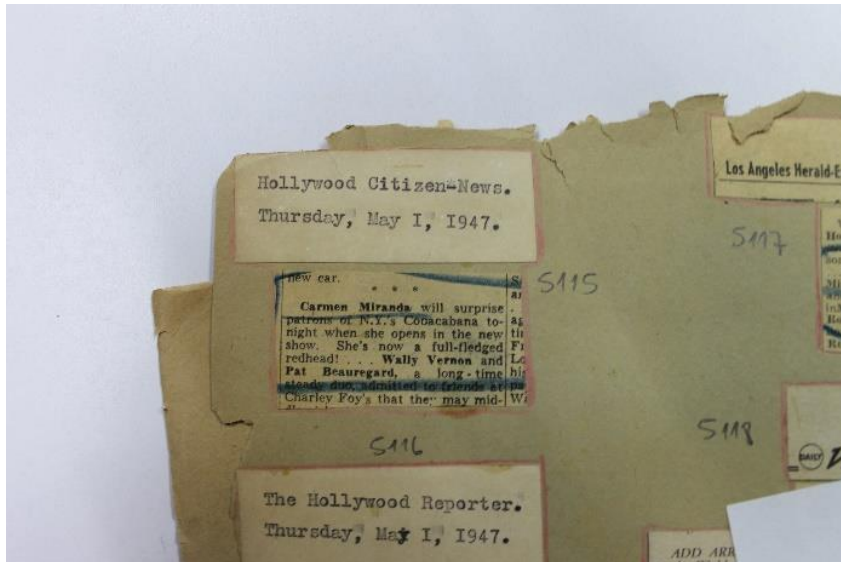
Diário de Notícias (1945)

Dando continuidade à apresentação dos filmes em que Carmen Miranda participou, em 1946, os cinemas portugueses recebiam em suas telas “*Alegria, Rapazes!*”, um filme do realizador Lewis Seiler, que foi lançado a 25 de fevereiro desse ano no Tivoli.



Diário de Notícias (1946)

Já nos arquivos do Museu da Carmen Miranda, podemos encontrar uma nota publicada em 1 de maio de 1947 pelo jornal americano *Hollywood Citizen – News*.



Hollywood Citizen – News (1947)

Nessa nota podemos ler: “Carmen Miranda surpreenderá os frequentadores de Copacabana nova-iorquinos esta noite, ao estrear o novo show. Ela agora é uma ruiva completa...”. A nota tem uma continuação depois dos três pontos, mas a frase não está completa e não tem relevância para este trabalho. Os demais artigos de 1947 também se encontram no acervo do museu, um de um jornal e outro um magazine, ambos de países europeus: o *West London Cironicle* e um segundo que, embora não se compreenda de que revista se trata, é perceptível que foi publicado na Irlanda.



West London Cironicle(1947)



Ireland Magazine (1947)

Seguindo a linha cronológica, é referenciável um destaque publicado do jornal do *Diário de Notícias* de Portugal, a 23 de junho de 1947, sobre o filme “*DOLL FACE*”, do realizador Lewis Seiler – que entrava então em no cinema Tivoli. Nesse filme, Carmen Miranda é Chita, e a sua personagem é essencialmente uma forma de garantir a presença da música no filme. Segundo o *Diário de Notícias* o filme trata da história de uma atriz dos famigerados teatros burlescos de Nova York que se apaixona pelo escritor de sua peça criando ciúmes em seu empresário. “*Sonho de Estrelas*” ficou em cartaz até dia 30 de junho de 1947 de acordo com esse jornal.



Diário de Notícias (1947)

“*Copacabana*” foi sem dúvida um dos filmes que marcaram a carreira de Carmen Miranda. Na sua coluna CINEMA, o jornal *Diário de Notícias* de Portugal publicou em 1948 uma nota dizendo que “*Copacabana*” seria a comédia mais divertida do ano, referindo ainda que Carmen viria “brevemente” a Portugal. O filme em causa foi realizado em 1947 por Alfred E. Green e teve sua estreia no cinema Odeon Palácio no dia 31 março de 1948, ficando em cartaz até dia 13 de abril de 1948.

Apesar dos filmes de Carmen Miranda distribuídos em Portugal, na maioria, não ter sido acompanhado de grandes reportagens, percebe-se que o jornal *Diário de Notícias* entendeu a importância de sua influência na sociedade daquela época, mesmo que suas apresentações e vestimentas fossem contra o modelo de mulher que estava inserido na época. Os destaques que então publicou salientam sempre o nome de Carmen Miranda em letras grandes como forma de chamar mais atenção do público, e a composição gráfica desses elementos dá ênfase num tom burlesco, mostrando ao público como a vida dos artistas em causa “parecem” ser glamourosas.

É interessante destacar que no mesmo dia da estreia do filme, chegava em Portugal a Companhia Brasileira de Eva Todor, uma companhia brasileira de comédia ligeiras. De acordo com o jornal *Diário de Notícias* era a primeira vez que um grupo de teatro brasileiro se apresentava em Portugal, o grupo atuara no Teatro Avenida. Percebe-se com essa notícia que os países irmãos estão ligados não somente pelos tratados hoje existentes, mas também suas culturas se entrelaçam entre si.

VARIEDADES
Ai Bate Bate!
 ANA LIA RODRIGUES
 VIRGILIO TEIXEIRA
7ª SEMANA TRINDADE
FADO
ODEON-PALACIO
COPACABANA
 COM OS DIGNIFICADOS ARTISTAS
CARMEN MIRANDA — **GROUCHO MARX**
PARIS
TEATRO
VIA ARTISTICA
GINASIO — 4ª SEMANA DE PLENO TRIUNFO
COM O GRANDIOSO FILME EPICO

A COMPANHIA BRASILEIRA DE EVA TODOR
 Chegou ontem a Lisboa



ESGOTOU-SE EM TRES DIAS A PRIMEIRA EDICAO DA OBRA "NON SUM DIGNUS"

VIA ARTISTICA
TEATRO
ANDRÉ MAUROIS
CARTAZ DE HOJE
VARIEDADES
CINEMA
AI VEM GROUCHO MARX E CARMEN MIRANDA
NA COMEDIA MAIS TREPIDANTE DO ANO
"COPACABANA"
HOJE, NO ODEON-PALACIO
GINASIO — 4ª SEMANA DE PLENO TRIUNFO
COM O GRANDIOSO FILME EPICO

Diário de Notícias (1948)

Um ano depois, no dia 8 de março de 1949 os portugueses vieram conhecer “*If i'm Lucky (1946)*” ou a “*A canção da Felicidade*”, realizado por Lewis Seiler em 1946. A estreia foi no cinema Capitólio e assim como acontecera no “*Copacabana*”, a coluna CINEMA do *Diário de Notícias* de Portugal publicou uma nota. Contudo, nessa nota, só se consegue ler uma frase, a que está em negrito: “*Canção da Felicidade*” uma comédia que é um acontecimento musical e de gargalhadas”. O enredo passa-se durante as eleições para o Governo da Califórnia, onde a banda liderada por Earl Gordon é contratada para participar da campanha eleitoral do então candidato ao governo Darius J. Magonnagle. No Brasil o filme recebeu o nome de “*Se Eu Fosse Feliz*” e sua exibição em Portugal durou até dia 14 de março de 1949.



Diário de Notícias (1949)

É importante destacar que a nota seguinte se encontra no acervo do *Diário de Notícias* e não nos microfílm. A notícia, publicada em 24 de maio de 1949, incluía a manchete: “Elogio de Carmen Miranda por Xavier Cugat”, existindo uma segunda, intitulada “Carmen Miranda: A Rainha do Samba”.



Diário de Notícias (acervo -1949)

Pelo formato destas notas podemos perceber que ambas as publicações são do Brasil e foram enviadas para o *Diário de Notícias* de Portugal. Pelo texto não dá para saber de qual revista ou jornal a notícia veio.

Depois de 1949, as notícias começam a ficar escassas, talvez devido ao facto de que, após o casamento, Carmen Miranda tenha demitido George Frank e colocado o seu marido para cuidar de seus contratos, o que terá prejudicado a sua vida profissional e respectivos contratos.

Outro ponto que não contribuía foi o distanciamento que estabeleceu com Hollywood para ficar mais livre a aceitar outras propostas – mas que também nunca chegaram. Por fim, sem trabalhos à vista a artista, entrou de vez na depressão, no consumo excessivo de álcool e medicamentos prejudicando assim, ainda mais, a sua profissão.

Em Portugal, contudo, podemos encontrar outras notícias sobre as estreias dos filmes de Carmen Miranda, como foi o caso de “*A Professora de Rumba*”, do realizador Richard Thorpe, no dia 25 de abril de 1950, e apresentado no cinema S. Luís. Nesse mesmo cinema, no dia 16 de janeiro de 1951 estreava igualmente “*Festa no Brasil*”, do realizador Robert Z. Leonard.



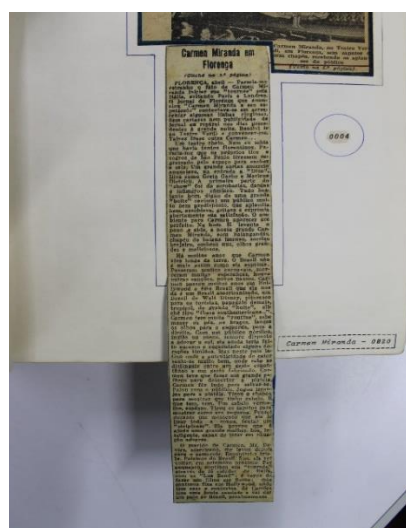
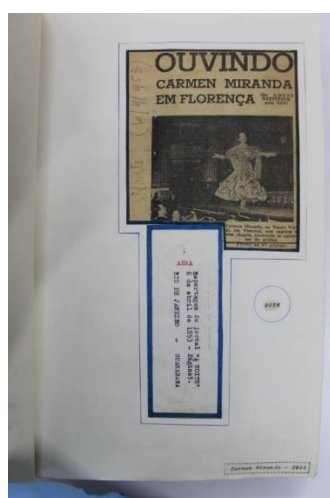
Diário de Notícias (1950)

Na estreia do filme, a coluna CINEMA do Diário de Notícias publicou uma nota que assinalava: “E a trepidante Carmen Miranda com seu conjunto O Bando da Lua anima muitos passos do filme da melhor forma. Há, pois, que ver “Festa do Brasil” espetáculo de riqueza e bom gosto incomparáveis e que proporcionará a todos uma noite alegre e feliz”. A temporada terminou em 23 de janeiro de 1951, ficando oito dias em cartaz.



Diário de Notícias (1951)

As notícias de jornais, após essa data e pelas documentações existentes, só vieram aparecer três anos depois, com uma matéria do jornal brasileiro *A Noite*– publicado em 06 de abril de 1953 – e uma nota de um jornal italiano (cujo título não é visível no recorte) publicado também 1953. Ambos os jornais falam do tour de Carmen Miranda por Itália. Intitulada “Carmen Miranda em Florença”, a matéria no jornal brasileiro compara Carmen com artistas como Greta Garbo e Marlene Dietrich. O jornalista escreve ainda que “há muitos anos que Carmen vive longe da Terra... O Brasil não é mais assim como ela exprime... muitos anos em Hollywood e este Brasil que ela nos dá é um Brasil americanizado, um Brasil de Walt Disney...”



Jornal *A Noite* (1953)

Já o jornal Italiano, incluía o seguinte texto:

CARMEN MIRANDA (Tradução própria)

Descida dos sapatos (12 centímetros de altura) e despojada dos quilos de latão, das frutas e verduras (que tanto perturbam a moda feminina brasileira), e de todos os demais ingredientes que sintetizam suas roupas exóticas, Carmen Miranda nos recebeu no teatro Nuovo, no camarim, depois de ter satisfeito dezenas de admiradores oferecendo generosamente fotografias. Sorridente, embora cansada, e com seus olhos travessos e faiscantes que todos conhecemos de ver pela tela, ela queria nos confessar que se sentia à vontade em meio a tanta confusão, tanto torpor. Para Carmen tudo é lindo e magnífico aqui na Itália: gente simpática, extrovertida e alegre que a faz lembrar o país de Zé Carioca, o Brasil, e a cidade natal do Rio de Janeiro. As entrevistas que dá

nunca são as mesmas: quando a missa é numerosa, distribui uma espécie de biografia datilografada que tem 40 páginas, e onde se fala tanto dela e dos filmes que interpretou, de quem descobriu seu talento e quem a "lançou", que outras atividades ela faz e quem é seu marido, quantos irmãos e irmãs ela tem e como é sua mansão em Beverly Hills (Califórnia), que, além de ter uma magnífica piscina e um vasto parque, que pode acomodar cerca de 200 pessoas. Ela está particularmente satisfeita por ter vindo a Milão - a Nova York italiana, ela diz - onde ela sabia que encontraria um público competente; e garante que voltará no ano que vem. Ela ainda tem que estrear em muitas outras cidades italianas e isso a agrada. Ela também nos falou sobre Xavier Cugat e por isso pensamos que no próximo ano o "coquetel" original estará mais completo para melhor aproveitar as frutas exóticas e as danças: conga, samba, mambo, e a alegria selvagem e espumante de Carmen Miranda.

Umberto Coratelli



Jornal Italiano (1953)

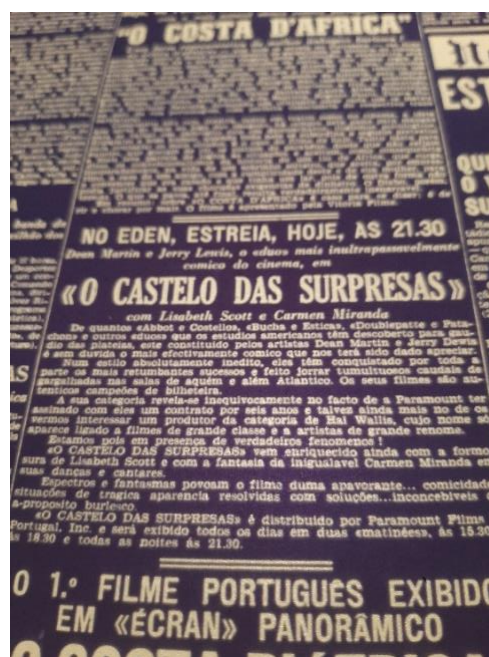
Ainda nesta sequência de notícias, é importante assinalar uma matéria publicada em 1953 e que seria a última entrevista da artista antes de sua morte em 1955. No Arquivo do Museu Carmen Miranda essa entrevista está presente através de um artigo do jornal *Manchete*, que a republicou integralmente em 17 de agosto de 1984:

“**Carmen Miranda: a última entrevista**”, traz na íntegra a última entrevista concedida pela artista em 1953 uma reportagem de Adolpho Cruz para a Rádio Nacional. Na entrevista, o jornalista pergunta sobre sua temporada na Europa e os lugares que visitou. Carmen disse que visitou a Itália e que em Roma se apresentou no King Farouk, que dizem que é uma grande honra. Se apresentou na Bélgica, Bruxelas, Estocolmo e só cantou música brasileira, como “**Mamãe eu quero**”. Repórter ainda perguntou quando ela iria no Brasil e ela só disse: será um pouco difícil, mas, sem ninguém esperar, um dia bato naquele Brasil. Sabe quando quero bater no sábado de Carnaval. Ah! meu filho...Boto uma camisa listrada...e saiu por aí...



Revista Manchete (1984)

Em 1954, entra em cartaz mais um dos filmes com Carmen Miranda, aquele que seria o último antes da sua morte no ano seguinte. “*Scared Stiff*” em Portugal com o título “*O Castelo das Surpresas*”, foi realizado em 1953 pelo realizador George Marshall, mas sua estreia em Portugal aconteceu em 19 de fevereiro de 1954, no cinema Eden, com uma distribuição da Paramount. De acordo com o *Diário de Notícias* de Portugal foi o filme de maior êxito em gargalhadas, segundo as críticas, e sua exibição durou até o dia 5 de março de 1954.



Diário de Notícias(1954)

Nesse mesmo ano, saiu um bilhete dirigido a Carmen Miranda, no *Jornal O Globo* publicado no Brasil em 23 de dezembro de 1954, escrito por Thiago de Mello, no *Contraponto*, no qual constava a seguinte mensagem:

“Carmen, este bilhete, que te mando como quem envia um “bouquet” de rosas a uma pessoa bem-querida. São rosas pobres, eu sei, essas palavras. Mas são rosas, porque a ternura e a gratidão são coisas que nascem como as flores. E de flores – decerto já reparaste - se recobrem os caminhos da saudade, nesse instante em que tornas ao Brasil, depois de uma ausência tão longa. Porque todos nós te queremos um bem imenso, Carmen tão nossa, tão Brasil, Miranda”.

E o bilhete continua:

Era eu um menino quando te foste, e, posto que menino, sofri com a tua ida, com as notícias que chegavam lá de longe, contando que ficarias lá por terras distantes, lá viverias e lá cantarias levando os ouvidos e a alma de um outro povo essa coisa grandiosa e bela que é o nosso samba, que a música popular brasileira, da qual és intérprete perfeita. Isso nos alegrava. Mas a saudade de vez em quando nos entristecia. Os anos se passaram e vez ou outra chegava a notícia de que retornarias ao Brasil. Era uma alegria, ficamos à tua espera. Os dias rolavam e nada de Carmen, nada daquele sorriso imenso, nada daquela voz festiva e brasileira espalhando o lirismo das nossas canções, mas afinal tornaste, para rever este povo e esta terra que é tua e que te ama.

Mello finaliza o bilhete com um apelo:

Tua chegada aconteceu comigo ausente do Rio, no comecinho do ano estarei aí para a ventura de um abraço, de simplesmente conhecer-te em pessoa. Não sei das homenagens, nem do que isso está fazendo para dar testemunho de sua ternura, sei apenas que anda fatigada, e vai daqui o meu apelo aos moradores da redondeza do Copacabana Palace para que não façam barulho, aos motoristas para que não buzinem e moderem a velocidade - Carmen precisa de silêncio para repousar. E findo este bilhete imaginando e sugerindo, talvez, a homenagem que a cidade deveria prestar-te ... Coisa singela e simples - a maneira das flores. Assim: a multidão reunida em frente ao hotel, diante do mar. Multidão absolutamente silenciosa. De repente, chegaria o grande Ary Barroso, daria um sinal e todos cantaríamos, mais muito baixinho, o verso primeiro da canção:

- Como vai você?

E então tu surgirias na janela, e com a tua voz e com teu jeito de cantar, responderias:

-Vou navegando...vou temperando....

Após esse bilhete, segundo a cronologia da pesquisa, é publicado no jornal *Última Hora*, sete dias depois, uma matéria sobre a importância do turismo para o crescimento da economia do Brasil. Essa matéria, datada no dia 30 de dezembro de 1954, menciona Carmen Miranda como umas das pessoas responsáveis por incentivar esse turismo. Assinalando a divulgação da música popular brasileira nos Estados Unidos, a notícia fala da criação de uma comissão de cinco pessoas com o intuito de divulgar o cinema e o turismo no exterior e assim tornar mais uma fonte de renda para o Brasil. É aliás interessante mencionar que uma das possíveis pessoas para essa comissão seria Joaquim Rolla, uma das primeiras pessoas a contratar Carmen.



Jornal Última Hora(1954)

Este mapeamento de notícias se finaliza aqui, e podemos agora refletir sobre como essas notícias contribuíram para construção do mito Carmen Miranda. A época em que a artista viveu foi um tempo em que as notícias não circulavam com a facilidade dos dias atuais, mas pode-se perceber, através dos exemplos acima descritos, que as suas performances influenciaram todos de alguma forma – como bem mostra, por exemplo, a notícia sobre a divulgação do turismo como fonte de renda para o Brasil e como a sua visibilidade nos Estados Unidos poderia ser uma forma de trazer pessoas interessadas nos pontos turísticos do Brasil.

Mas como contribuíram estas notícias especificamente para construção do mito? Contribuíram porque sublinharam uma faceta que a artista valorizou desde o início de sua

carreira: a sua nacionalidade, o seu país de acolhimento. Vender a imagem de uma artista e transformá-la em uma heroína, num país carente no que diz respeito ao patriotismo, é um processo longo e demorado que às vezes pode dar certo, noutras não.

Os media conseguiram fazer Carmen Miranda um mito não apenas por noticiarem os seus atos, mas por conseguirem conciliar a imagem da artista com o povo brasileiro. A baiana estilizada era uma arma. À semelhança dos gregos antigos, que identificavam seus mitos não só pela parte física, mas pelos objetos que usavam: espadas, flechas etc., os barangandãs de Carmen Miranda, a sua cesta de frutas, os seus gestos, tudo isso, pode ser representado como parte integrante da construção do mito Carmen Miranda. E com o apoio dos media foi o suficiente para uma simples cantora de rádio se tornar um mito.

Os media ajudaram a criar sua imagem de mito e potencializar esta aura – que foi ainda mais ampliada com a sua morte, que obteve mais manchetes e destaque na imprensa do que seus discos e filmes. Sua morte realmente teve um impacto muito grande e isso reforçou o mito. Assim, era Maria do Carmo, nossa querida Carmen Miranda, mulher de temperamento forte e de sorriso largo. Carmen Miranda sabia que, quando se apresentava, principalmente vestida em sua baiana, estava representando uma nação. Sabia também que cada brasileiro estava com ela mesmo quando se apresentava fora do Brasil, ou seja, ela sabia que tinha mais de 150 milhões de brasileiros a apoiá-la. No próximo capítulo descreveremos, com alguma brevidade, como foi a sua morte e como a mesma se repercutiu nos media da época.

4.2 O ÚLTIMO ATO

“E as luzes do palco se apagaram pela última vez”, “As últimas horas da saudosa artista na televisão”, “Toda a cidade chora a morte de Carmen Miranda”. Estas são apenas algumas manchetes após a morte da “Pequena Notável” ou como diziam os americanos, a “Brazilian Bombshell”. Sua última apresentação no show de Jimmy Durante, aconteceu logo depois que voltava de uma viagem. De acordo com Barsante (1985, p. 188-191), no último dia de filmagem, 4 de agosto, ao dar um rodopio mais forte sentiu-se tonta e caiu, de joelhos. Contudo, com sua fantástica energia, levantou-se rapidamente e terminou o número. Ao finalizar as gravações convidou alguns amigos para sua casa, cantou e imitou Amália Rodrigues com a canção: “Uma Casa Portuguesa”. Mas quando a manhã chegou, Carmen estava morta.

Em poucas horas a notícia chegou ao Brasil. O Repórter *Esso*, com Heron Domingues, em edição extraordinária, a Rádio Nacional transmitiu a notícia para o todo o país.

Quando a imprensa em geral noticiou a morte de Carmen Miranda, o Brasil parou. Do momento em que a notícia chegou, até no dia do seu funeral, a imprensa não descansou. Profissionais do mundo inteiro fizeram coberturas do mito, mostrando sua vida, carreira, enfim, tudo.

Em Portugal, a notícia de sua morte não teve o mesmo impacto que no Brasil. Essa notícia só foi divulgada um dia depois da sua morte. Enquanto no Brasil, todos os dias desde o dia 5 de agosto saiu uma notícia nos media, totalizando mais de cinquenta reportagens – isso só em jornais e revistas impressos que estão patentes no arquivo do museu da Carmen Miranda.

Entre essas reportagens, vale a pena salientar um artigo de duas páginas publicado no jornal *A Noite* edição extra:



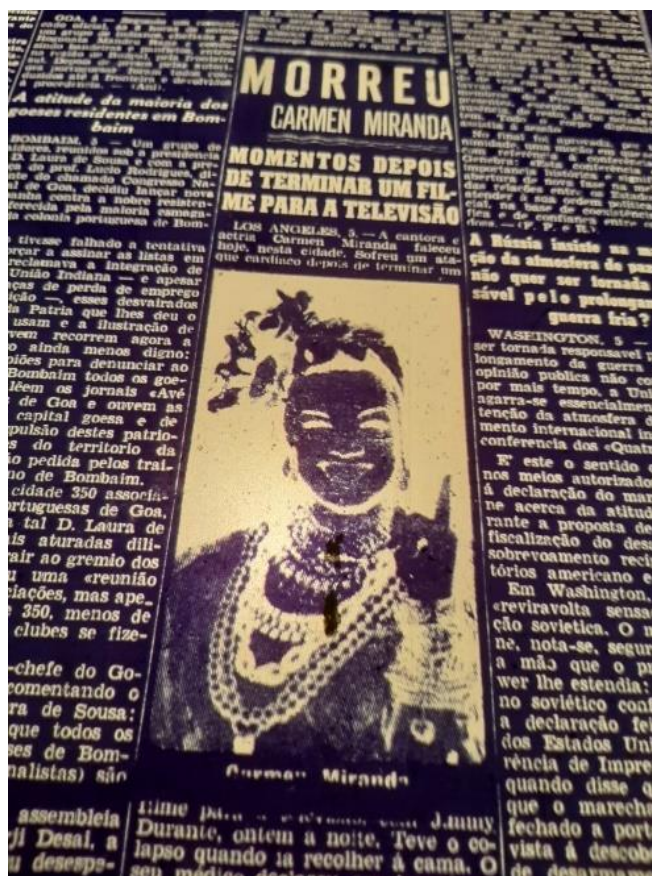
Jornal Última Hora(1955)

A edição conta a trajetória de Carmen Miranda desde sua descoberta por Josué de Barros, passando pelo Bando da Lua, seu último Carnaval, até seus últimos momentos de vida. A respectiva manchete assinalava: “Desaparece a embaixatriz da música brasileira nos Estados Unidos: Anos a fio a serviço do nosso folclore - A visita de despedida dos

seus fãs e de seus amigos - Carmen Miranda, uma página que se fecha na partitura da música popular”.

A reportagem que saiu no jornal *Diário de Notícias* de Portugal sobre sua morte foi a primeira página no dia 6 com uma continuação na quarta página do jornal, em que explicavam as causas da morte e o modo como Carmen Miranda era uma das artistas de popularidade mundial. O repórter usou a frase do jornalista e crítico Denly “Ninguém, no entanto sabe bem porquê, pois, ela parece não fazer nada de especial”.

Ao final da reportagem, relembra que Carmen nasceu em Portugal no ano de 1914 e sua passagem na Europa. Por sinal uma informação equivocada devido ao press release distribuído nos Estados Unidos, pois sabemos de fato que ela nascera em 1909.



Diário de Notícias (1955)

O *Jornal do Comércio* e a *Gazeta de Notícias* publicaram matérias sobre Carmen Miranda no dia 07 de agosto de 1955, o *Jornal do Comércio* escreveu: “No dia de hoje a imprensa escrita e falada dessa capital, prestou especiais homenagens a aplaudida a artista Carmen Miranda”.

O museu de Carmen Miranda tem um acervo com várias notícias, que acompanham o período entre 5 e 13 de agosto de 1955, data em que o seu corpo enfim chega ao Brasil e é sepultado. Em geral todas as matérias repetiam a mesma informação, e não se justifica assim revisita-las neste trabalho.

Em 1957, dois anos após sua morte, surgiu no jornal *A Noite*, a divulgação da ideia para a construção do Museu Carmen Miranda, que se encontrava na mão do secretário da Educação e Cultura começava a ter problemas de concretização. Em 31 de maio de 1957, esse mesmo jornal escreve: “Desinteresse da comissão pelo museu Carmen Miranda”. A matéria fala que foi na redação do jornal *A Noite* que surgiu a ideia da criação do museu, de como seria importante para o povo brasileiro a existência desse museu e ainda que seria um bom ponto visita para o Presidente da República Portuguesa, que estava então a caminho do Brasil, já que Carmen era portuguesa.



jornal *A Noite* (1957)

Conclui-se, simbolicamente, este capítulo com uma nota de Aloysio de Oliveira, e que foi publicada em 1957 no jornal *Globo*. Na verdade, trata-se de um bilhete que representa as duas partes de Carmen Miranda a portuguesa de nascença e a brasileira de coração:

Bilhete sobre Carmen

Amigos, é um bilhete, Carmen Miranda merece crônicas e mais crônicas. Páginas cheias e sentidas, pelo muito que fez e pela nossa música, pelo seu trabalho valente, abrindo fronteiras com a sua graça e seu jeitinho, contando muitas vezes, apenas com ingratidões e incompreensões. Por isso, é um bilhete. Algumas linhas feitas ainda sob a impressão amarga trazida pelo rádio, por esse rádio que ela tanto amava e que ajudou a crescer, em horas brilhantes, quando havia muito de ideal e bem pouco do imediatismo de hoje. Às ondas do rádio, trouxeram-nos se a notícia do seu passamento em Hollywood, às quatro da madrugada dessa sexta-feira de agosto. Não mais lhe veremos o sorriso brejeiro nem acharemos graça naquele seu pedido insistente para que fosse fotografada de um lado, o que achava melhor. Porque os diretores do cinema a convenceram disso.

Depois de muitos e muitos anos ausentes do Brasil, ela voltara há pouco. Deixara-se ficar entre nos alguns meses, custando a regressar, como que adivinhando que seria a última vez. E agora se foi. De vez. Uma portuguesa de nascimento, e brasileira de coração, deixando-nos a saudade de sua presença e a recordação de seus discos. Criou uma escola de interpretação, não importa se os anos passaram ela seguiu sendo a garota notável. E assim ficará para nós, chocados ainda, sob o impacto emocional da notícia curta, sem pormenores e tão triste como o do desaparecimento de Francisco Alves. Perdeu o Brasil a sua embaixatriz mais dedicada, à rainha incontestável da marchinha. Perdoai-nos amigos, o bilhete vai acabar aqui. As palavras faltam diante tão terrível notícia.

O povo brasileiro achava que a mortal era imortal. Os mitos nascem assim: construindo algo para um povo, nação. Morrem, e fica tudo um vazio, um buraco. Carmen teve o privilégio de a mídia estar junto com ela mesmo quando as notícias eram alfinetadas nunca pararam de divulgá-la, podendo mostrar para o mundo o mito que perdemos.

E aqui também se encerra este capítulo. Ainda há várias notícias publicadas no Brasil depois dos anos 50, foram coletadas reportagens de várias mídias até os anos 90, mas para esta dissertação não se alongar demais, para-se por aqui. E em relação a Portugal todas as matérias encontradas no acervo do Diário de Notícias e nos microfilmes da Biblioteca Nacional de Portugal até os anos 50 sobre a artista se encontram neste capítulo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mito Carmen Miranda continua muito presente na memória dos brasileiros. Ao longo da minha pesquisa para esta dissertação, encontrei contudo informações que confirmam que Carmen Miranda ainda não foi esquecida também pelos portugueses.

A jornalista Isabel Coutinho, publicou no site do jornal *Público* uma reportagem em 23 de julho de 2010 sobre a exposição “A nossa Carmen²¹”, que esteve em exibição em Cascais. De acordo com Coutinho, a exposição proporcionava uma viagem cronológica pelo universo de Carmen Miranda (1909-1955), fazendo um apanhado quase didático sobre a vida da artista que nasceu em Várzea de Ovelha, em Marco de Canavezes, perto do Porto. Como assinalou, citando os escritos numa das salas da exposição em causa: "Hoje podemos dizer tranquilamente: Carmen Miranda era tudo. Dos 20 aos 30 anos, entre 1929 e 1939, foi a maior estrela brasileira do disco, do rádio, do cinema, dos palcos, dos casinos - recordista em número de gravações, vendas de discos, salários, e principalmente, em amor. Era adorada pelo público, respeitada pelos colegas, disputada pelos produtores, desejada como mulher".

Esta dissertação começou com intuito de verificar a importância do mito Carmen Miranda para o Brasil e principalmente para Portugal, e acabou por incluir um mapeamento das publicações sobre a artista nos dois países. Mas procurou também lembrar como se deu a construção do mito Carmen Miranda através dos media da época. Os media estão sempre construindo mitos, e esta artista foi um deles. Um ídolo que perpassa gerações, que viveu nas décadas dos anos 30 a 50 – quando o valor da mulher ainda era pouco reconhecido –, e que mostrou não apenas para o Brasil, mas também para o mundo o poder do feminino, da alegria contagiante que caracteriza o povo brasileiro.

Através das notícias na imprensa que analisámos, pode-se perceber que em Portugal as divulgações dos filmes da artista tiveram mais ênfase, enquanto no Brasil, apesar dos filmes terem saído no país, as notícias se concentram mais nos seus discos. Este trabalho está longe de esgotar o assunto Carmen Miranda. Pelo contrário, talvez possa até revelar lacunas que incitem a uma mais profunda pesquisa sobre o desempenho dos media na transformação da “pequena notável” num mito.

²¹ Disponível em: <<https://www.publico.pt/2010/07/23/culturaipilon/noticia/a-vida-de-carmen-miranda-numa-exposicao-unica-em-cascais-262189>> Acesso em 19 de junho de 2021

Nessa dissertação, tudo que nos foi acessível, no âmbito do que a imprensa publicou ao longo da carreira da artista foi analisado, de forma a que este trabalho se pudesse orientar para o questionamento da importância dos media na construção do mito Carmen Miranda. Assim, acredito que este trabalho conseguiu atingir o seu objetivo de contribuir para a análise dos fatores que levaram Carmen Miranda a se tornar um mito. E isso foi feito tendo em atenção a repercussão da artista em Portugal e no Brasil – uma ligação que sempre foi importante para a própria.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

O Theatro, Setor de Periódicos da Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro, 1911.

ADORNO. Theodor W. *Educação e emancipação*. Tradução de Wolfgang Leo Maar. 3ed. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

ALMEIDA. Flávia Ferreira de. *O mercado de trabalho dos espetáculos: atrizes das /companhias portuguesas nos palcos do teatro musicado carioca*. Transversos: Revista de História. Rio de Janeiro: n. 09, 2017.

APPIA. Adolphe. *A obra de arte viva*. Trad. Redondo Júnior. Lisboa: Arcádia, 1911.

ASLAN, Odete. *O ator no século XX*. São Paulo: Perspectiva, 1994

AZAMBUJA. Cristina Spengler. *O papel social da mulher brasileira nas décadas de 30 a 60, retratada através das propagandas veiculadas na revista O Cruzeiro*. 2003

BASTOS. Fernando. *Mito e filosofia Eudoro de Sousa e a complementariedade do horizonte*. Ed. Edunb, 2ª ed. 1992

BARTHES. Roland. *Mitologias*. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Ed. Difel. 2010.

Murcho. et al. – Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

CAMPBELL. Joseph. *O poder do mito*. Joseph Campbell, com Bill Moyers; org. por Betty Sue Flowers; tradução de Carlos Felipe Moisés. São Paulo: Palas Athena, 1997.

CAMPINA. Ana. *O fado como marca de luxo*. Instituto superior de comunicação empresarial - Tese de mestrado para obtenção do Grau de Mestre em Marketing Estratégico, elaborada sob a orientação da Professora Mestre Mafalda Condado. 2017

- CORREIA. Carlos João e Markus Gabriel. *Arte, metafísica e mitologia*. Centro de filosofia da universidade de Lisboa. 2008.
- CORRÊA. Gustavo Borges de. *Imagens de Carmen Miranda no mundo gay*. Textos escolhidos de cultura e arte populares. Rio de Janeiro: v.8, n1. maio 2011.
- COSTA. Alda Cristina Silva da. *Indústria cultural: Revisando Adorno e Horkheimer*. Artigo Movendo Ideias, Belém, v8, n.13, p.13-22, jun 2003
- CHARLE. Christophe. *A gênese da sociedade do espetáculo: teatro em Paris, Berlim, Londres e Viena*. São Paulo, Companhia das Letras, 2012.
- CRIPPA, Adolpho. *Mito e cultura*. 1929. São Paulo: Convívio, 1975.
- DEBORD. Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. 2003.EbooksBrasil.com
- D'INCAO, Maria Angela. *Mulher e Família Burguesa*. In: DEL PRIORE, M. (org.) e PINSKY, C. B. (coord.) *História das Mulheres no Brasil*. 10ª Ed, São Paulo: Contexto, 2011.
- DUBY. Georges. & PERROT. Michelle. *História das Mulheres no Ocidente – Vol V: O Século XX*. 1991.
- FERREIRA. Aurélio Buarque de Holanda. *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. 3ª Ed. Curitiba: Positivo, 2004.
- GARCIA, Tânia da Costa. *O “it verde e amarelo” de Carmen Miranda (1930-1946)*. São Paulo: Annablume; Fapesc, 2004.
- GROTOWSKI, Jerzy. In: FLASZEN, Ludwik; POLLASTRELLI, Carla (Orgs.). *O teatro laboratório de Jerzy Grotowski 1959-1969*. São Paulo: Perspectiva: SESC São Paulo; Pontedera, It: Fondazione Pontedera Teatro, 2007.
- GOMBRICH. Ernst Hans Josef. *Quarta Parte: Invenção e Descoberta. Cap.XI- Da representação à expressão. In Arte e ilusão: um estudo da psicologia da representação pictórica*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1986. P.315-340.
- GUIMARÃES. Antonio Sérgio Alfredo. *Classes, raças e democracia*. São Paulo: Ed.34, 2002.

- HABERMAS. Jürgen. *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*. 2. ed. Trad.: Flávio Beno Siebeneichler. Vol. 2. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003
- HALL, Stuart. (2013). *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. 2. ed. – Belo Horizonte: Editora: UFMG.
- HEGEL. Georg Wilhelm Friedrich. *Lecciones sobre la história de la filosofía*. Vol. II. México: Fondo de cultura económica. 1997
- IANNI. Octavio. *Tipos e mitos do pensamento brasileiro* *Tipos e mitos do pensamento brasileiro*. *Rev. bras. Ci. Soc.* [online]. 2002, vol.17, n.49, pp.5-10. ISSN 1806-9053. <<https://doi.org/10.1590/S0102-69092002000200001>>.
- JÚNIOR. Umberto Cerasoli. *O contexto europeu de formação e atuação na passagem do século XIX para o XX*. *Revista AspaS – N.1 - Anais do primeiro seminário de pesquisas em andamento do programa de pós-graduação em artes cênicas da Universidade de São Paulo*. 2011.
- LABAN. Rudolf. *Domínio do Movimento*. Ed. Summus. 2005.
- LEÃO. Delfim F. (coord.) FIALHO. Maria do Céu e SILVA. Maria de Fátima. *Mito clássico no imaginário ocidental*. Coimbra: Ed. Ariadne, 2005.
- MARRACH. Sonia. *Outras histórias da educação: do iluminismo a industrial cultural*. São Paulo: Ed. UNESP, 2009
- MACEDO. Káritha Bernardo de. *A imagem de Carmen Miranda como representação da brasilidade: questionamentos e interpretações a partir de seus filmes na Boa Vizinhança*. *Revista Moda Palavra, Florianópolis, V. 13, N. 28, p. 257–296, abr./jun. 2020*.
- _____. *Carmen Miranda, uma pequena notável: representação e identidade nacional na década de 1930*. VI Simpósio Nacional de História Cultural *Escritas da História: Ver – Sentir – Narrar* Universidade Federal do Piauí – UFPI Teresina-PI. 2012
- _____. *Eis que nasce a baiana: relações entre Carmen Miranda, identidade e estado*. *Revista Travessia* Ed. XII. ISSN 1982- 5935. 2011
- MATOS, Claudia. *Acertei no milhar: samba e malandragem no tempo de Getúlio*. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1982
- MELO. Aiene Rizza. *O Estado Novo: História das mulheres na representação no jornal das moças de 1937 a 1945*. Manuscrito: 2019

MISKOLCI. Richard. *Desejo da Nação: masculinidade e branquitude no Brasil de fins do XIX*. 1ª Ed. São Paulo: Annablume, 2012.

MORIN, Edgar. *Meu caminho: entrevistas com Djénane Kareh Tager*. Tradução Edgard de Assis Carvalho, Mariza Perassi Bosco. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 2010

_____. *Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo 1: neurose*. Tradução de Maura Ribeiro Sardinha. 10. ed. 2011 Rio de Janeiro: Forense Universitária. 1977

ORTIZ. Renato. *A moderna tradição brasileira*. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

_____. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1ª Ed. 1985.

POZENATO. Henia Maria, GIRON. Loraine Slomp, (Orgs). *Interfaces: Cultura, comunicação e turismo*. Caxias do Sul, RS: Ed. Educs, 2009

RASLAN. Eliane Meire Soares. *Indústria cinematográfica: Carmen Miranda no mundo da arte e do consumo*. Cadernos de Comunicação v.18, n.1, jan–jul 2014

RUTHVEN, K.K. *O mito*. São Paulo: Perspectiva, 1997.

REGO. Pedro. *Relações entre mito e ciência*. Universidade Fernando Pessoa. 1998

SELS. Nadia. *MYTH, MIND AND METAPHOR - On the Relation of Mythology and Psychoanalysis*. Journal of the Jan van Eyck Circle for Lacanian Ideology Critique. 2011

SEVCENKO. Nicolau. *A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio*. In: SEVCENKO, N.; NOVAIS, F. (Orgs.). *História da Vida Privada no Brasil: da Belle époque à era do rádio*. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, v. 3, 1998.

SEYFERTH. Giralda. *Os imigrantes e a campanha de nacionalização do Estado Novo*. In: PANDOLFI, Dulce (organizadora). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999.

SODRÉ. Muniz. *Samba, o dono do corpo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998

SOUZA. Eneida Maria de. *Carmen Miranda: do kitsch ao cult*. In: CAVALCANTE, Berenice.; STARLING, Heloisa Maria Murgel; EISENBERG, José. *Decantando a república v.2: inventário histórico e político da canção popular moderna brasileira. Retrato em branco e preto da nação brasileira*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

TIBAJI. Alberto. *Sobrevivência e edição: uma biografia da peça Tim tim por tim tim, de Sousa Bastos*. In: SOUZA. Eneida Maria de, LYSARDO-DIAS. Dylia, BRAGANÇA.

Gustavo Moura (Orgs.). *Sobrevivência e devir da leitura*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

TINHORÃO, José Ramos. *Os sons dos negros no Brasil. Cantos, danças, folguedos: origens*. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2012.

TORRES NETO. Walter Lima. *Introdução histórica: o ensaiador, o diretor e o encenador*. Folhetim, Rio de Janeiro, n. 9, p. 60-71, 2001.

WERNECK, Maria Helena. *Entre mares e palcos: notas sobre Esther Leão (1892 1971), uma portuguesa no teatro brasileiro*. In: MALUF, S. D.; AQUINO, R. B. *Dramaturgia em cena*. Maceió: EDUFAL, 2006