

PERFIS DE CARMEN MIRANDA, SUA IMAGEM E PERFORMANCE COMO LINGUAGEM NA MODERNIDADE

Kárita Bernardo Macedo¹

Resumo: Partindo dos apontamentos de Reinhard Koselleck, que caracteriza a modernidade através da velocidade com que os sentidos dos conceitos se alteram, o mesmo pode ser pensado para os objetos e personagens da História, tal como Carmen Miranda. Os diferentes significados que se pode atribuir a Carmen ao longo de sua carreira e as diversas linguagens com que foi representada, fazem da artista uma expressão da modernidade. Nesse artigo investiga-se os sentidos atribuídos a Carmen em dois momentos de sua carreira, partindo das revistas *Scena Muda* e *Cinearte*, do jornal *The New York Times* e de seus filmes produzidos entre 1940 e 1945. Em conclusão, é possível perceber três diferentes abordagens sobre Carmen Miranda, que se desdobram em símbolo de identidade brasileira, de modernidade e de latinidade.

Palavras-chave: Carmen Miranda, Identidade, Modernidade.

Abstract: Based on the considerations of Reinhard Koselleck, which characterizes modernity through the speed that the meanings of the concepts change, the same may be applied to objects and characters of history, such as Carmen Miranda. The different meanings that one may attribute to Carmen throughout her career and the various languages in which she was represented, turns the artist into an expression of modernity. In this paper we investigate the meanings attributed to Carmen at two moments of her career, through the magazines *Cinearte* and *Scena Muda*, the newspaper *The New York Times* and her films produced between 1940 and 1945. In conclusion, you can see three different approaches to Carmen Miranda, which unfold into a symbol of Brazilian identity, modernity and Latinity.

Keywords: Carmen Miranda, Identity, Modernity.

Reinhard Koselleck, em seu fluxo de produção historiográfica, parte da concepção de que o tempo é uma construção cultural de cada lugar e época, orientada pela interação entre o que já foi experimentado no passado e o que se coloca como horizonte de expectativas lançado ao futuro. Para o autor, a marcha da modernidade caminha junto à valorização do presente e do futuro, que estariam em um nível de qualidade e desenvolvimento superior ao passado. Nessa perspectiva, a modernidade é ainda marcada pelo aumento da velocidade com que as coisas mudam, ou seja, em que o presente se diferencia e distancia do passado. Na tese de Koselleck, o estudo das transformações dos conceitos históricos, políticos e sociais, traduzidos pela linguagem, seriam a chave para compreender a modernidade. À medida que os conceitos são

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em História, UDESC. Bolsista Capes. Bacharel em Moda (2011) pela UDESC, e Bacharel em Direito (2007) pela Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: karitha23@yahoo.com.br

criados, ampliados e redefinidos para caracterizar as diferentes realidades e reivindicar determinadas expectativas de futuro de uma coletividade. Na linguagem, portanto, estariam encravados os jogos de forças atuantes na história (KOSELLECK, 2006, p.268).

Koselleck evidencia que a linguagem, seus sentidos e abordagens se modificam por conta de um conjunto de processos simultâneos, que apontam as mudanças sociais e culturais nas conjunturas em que se inserem, ao mesmo tempo em que são agentes sobre seu próprio tempo na medida em que representam um futuro a que se pretende chegar e demarcam posições na sociedade. Assim, os novos sentidos surgem devido a mudanças e geram mudanças, pois impulsionam a ação dos atores sociais. Sob esta ótica, a linguagem e seus sentidos atuam sobre a história. Segundo o historiador, “os acontecimentos históricos não são possíveis sem atos de linguagem, e as experiências que adquirimos a partir deles não podem ser transmitidas sem uma linguagem” (KOSELLECK, 2006, p.267), haja vista a necessidade de se criar novas palavras a fim de se dar sentido às novas práticas. Consequentemente, a linguagem e a significação são elementos indissolúveis do movimento social material, envolvidos permanentemente tanto pela produção como pela reprodução.

Nessa esteira, lembrando que a linguagem não é exclusivamente verbal e não nos chega somente por uma via, na modernidade tardia são identificadas uma série de outras linguagens tão efetivas quanto a verbal e que são ainda mais voláteis em seus sentidos justamente pelas formas que assumem, a exemplo da linguagem visual e do audiovisual que dominam o cenário do século XXI. Entendendo que a linguagem é o eixo central de qualquer prática cognitiva, é imperativo ter consciência que os significados que são atribuídos não são uniformes e não atingem os sujeitos das mesmas formas (PINSKY; LUCA, 2009). Destarte, 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 sua vez, as identidades culturais são definidas simbolicamente dentro dessa dinâmica e constante mutabilidade, profundamente ligadas a interesses de grupos sociais que disputam a hegemonia de seus ideais (ORTIZ, 2005). Em meio a essas tensões, o discurso que prevalece é imbuído da autoridade daqueles que o pronunciam, possui valor de verdade e depende de atos performativos que o efetivem (BOURDIEU, 1989), sobretudo, depende de construções simbólicas, representações e linguagens que o

definem. Considerando a trajetória de Carmen Miranda e dos ecos de suas performances que ultrapassam sua própria vida, pode-se então pensa-la historicamente como uma espécie de suporte que deu voz a diferentes abordagens de identidade, frequentemente representativa de uma identidade brasileira e latino-americana. Nesse caso, narrativas de identidade foram 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 unificados.

Como realça Tânia Garcia, mesmo “depois de sua morte, [Carmen Miranda] continuou sendo assunto em jornais e revistas, tendo a sua imagem sempre atrelada à música, à moda, ao carnaval, aos filmes que fez em Hollywood e à polêmica em torno de sua baiana estilizada” (GARCIA, 2004, p.15), cenários completos de um estilo vida que vem sendo comercializado por décadas como brasileiro. Contudo, por mais que um discurso de identidade venha ligado a Carmen Miranda e especialmente a sua baiana, ao analisar seu percurso nota-se que ela foi abordada por diferentes perspectivas e que suas imagens foram apropriadas com diferentes intenções.

Durante sua carreira no Brasil, Carmen dava uma imagem a nação brasileira através dos versos de suas canções elogiosas do povo e das belezas naturais brasileira, enfaticamente do Rio de Janeiro, capital do país, discurso também presente nos filmes de temática carnavalesca em que atuou e que representavam um salto para a modernidade nacional por conta da tecnologia envolvida. Ao partir para os Estados Unidos e adentrar o universo cinematográfico hollywoodiano, a cantora se transforma efetivamente na “baiana” exótica e tropical, simbiose cinematográfica de tudo o que é latino, ao mesmo tempo em que age como mediadora das relações entre esse país e a América Latina no contexto da Política da Boa Vizinhança (1933-1945). Assim, toma-se como primeiro questionamento quais sentidos foram atribuídos a Carmen Miranda pelo olhar brasileiro e estadunidense entre a década de 1930 e a primeira metade da década de 1940, momento de maior realce na carreira de Carmen Miranda marcado pela divisão da carreira entre os dois países, e de que forma isso aconteceu.

As diferentes linguagens com que Carmen Miranda vem sendo difundida desde o início de sua carreira, por conta de seus formatos permitiram que tais narrativas atravessassem os anos e fossem apropriadas por diferentes públicos, evidenciando que

as mudanças de conjunturas históricas, suas respectivas experiências, expectativas e articulações dos grupos sociais implicaram nas novas significações atribuídas ao ícone. Das várias linguagens em que aparece, os filmes hollywoodianos (do gênero comédias musicais) são o formato mais expressivo devido a sua capacidade de gerar representações com alto grau de complexidade e qualidade técnica², agregando em apenas uma mídia as noções que os estadunidenses veiculavam sobre os espaços, sujeitos, músicas e práticas culturais dos países latinos. Foi também no universo dos filmes que a baiana de Carmen Miranda cresceu em proporções, tanto no tocante a seu figurino como em culturalmente. Nesse viés, a pluralidade de significados atribuídos a Pequena Notável e diretamente vinculados às linguagens pelas quais foi veiculada e apropriada, fazem de Carmen Miranda uma expressão da modernidade.

Feitos estes apontamentos, resta entender quais foram os sentidos construídos sobre Carmen Miranda no período supracitado. Como subsídio para esse estudo, foram utilizados como fontes os filmes de Carmen Miranda produzidos nos Estados Unidos entre 1940 e 1945 e notícias acerca de Carmen publicadas na imprensa da época. Para referenciar a perspectiva brasileira entre 1935 e 1945 utilizou-se as revistas nacionais especializadas em cinema, *Scena Muda* e *Cinearte*, já a respeito do ponto de vista estadunidense, foram analisadas as críticas dos filmes de Carmen publicadas no jornal *The New York Times*.

1- Entre páginas e imagens

As revistas *Scena Muda* e *Cinearte* foram revistas brasileiras especializadas em cinema que circularam ao longo das décadas de 1920 a 1940, elas criavam um diálogo entre aqueles que “produziam, consumiam e admiravam cinema” (FIGUEIREDO, 2007, p.27). Priscila K. Figueiredo (2007, p.26) indica que estas revistas faziam parte de um projeto de modernização brasileira inspirado nos padrões estadunidenses, que incitavam práticas corporais que tinham como fim a beleza. O discurso de modernidade projetava-se sobre o corpo e sobre as subjetividades, ultrapassando desse modo as páginas das revistas e interferindo nas práticas culturais brasileiras. O cinema era considerado um dos ícones da modernidade, por isso suas imagens, notícias e demais produtos midiáticos que o cercavam alimentavam e produziam o “ser moderno” em diferentes

² A maioria dos filmes em que Carmen Miranda participou nos Estados Unidos encontra-se remasterizada. Os filmes brasileiros em contrapartida foram perdidos, com exceção de “Alô, Alô, Carnaval”, cujo visionamento é feito apenas na produtora *Cinedia* com custo de R\$100,00 por hora (como foi comunicado via e-mail em 2011 pela produtora).

abordagens em formato textual e imagético (FIGUEIREDO, 2007, p.26). As revistas primavam pelas imagens e, assim como outras publicações, ligavam-se a veiculação de um discurso oficial, conectado às turbulências do governo, a sua afirmação e propaganda, mediados especialmente pela produção nacional alavancada por novos estúdios como a *Cinédia* e a *Brasil Vita Films* (FIGUEIREDO, 2007, p.27-28).

A revista *Scena Muda* foi veiculada entre 1921-1955 semanalmente, já a revista *Cinearte* foi publicada semanalmente de 1926 até 1933, depois disso passou a ser quinzenal até seu fim em 1942. Margarida M. Adamatti (2008, p. 18) aponta que em comparação com a *Revista Cruzeiro*, a *Scena Muda* tinha uma tiragem baixa, não se sabe exatamente sua circulação, mas a autora estipula que variava entre 10 a 100 mil exemplares mas era enviada para todo o Brasil e para alguns países da América Latina, consolidando-se como um periódico especializado. A *Scena Muda* fazia uma cobertura das notícias de Hollywood e do cinema brasileiro. Sua primeira fase é caracterizada pelo “endeusamento” dos astros e estrelas, apesar de tratar da produção fílmica de vários países, prevaleciam as notícias do estilo “fofoca” e “tentativas de teorização” do cinema (ADAMATTI, 2008, p. 19). Inicialmente, na *Scena Muda* assim como na *Cinearte*, a redação contava com poucos jornalistas e muitas das matérias eram cópias de revistas estrangeiras e do material fornecido pelas companhias cinematográficas, sendo que algumas entrevistas eram até mesmo inventadas (ADAMATTI, 2008, p. 19).

A *Cinearte* foi criada por Adhemar Gonzaga e Mário Behring como uma revista para os fãs de cinema e das “cousas do cinema” (GONZAGA, apud LUCAS, 2005, p.68). Tinha a intenção de se colocar no mercado como uma publicação moderna e que exprimisse o progresso da cinematografia brasileira, seu projeto gráfico arrojado em relação às demais era uma marca do posicionamento *avant garde* (LUCAS, 2005, p.69; FIGUEIREDO, 2007, p.26). A tiragem chegou a duzentos e cinquenta mil exemplares em uma edição, mas a tiragem média era de sessenta mil exemplares (LUCAS, 2005, p.68). Devido à variedade de estados que aparecem na seção de cartas, Taís C. Lucas (2005, p.71) entende que a revista circulava pelo país. Possuía colunas sobre a técnica cinematográfica, o cinema brasileiro e o cinema educativo. Os editoriais e matérias eram raramente assinados, a revista tinha várias e heterogêneas seções, falava de fofocas, filmes de sucesso, do cinema hollywoodiano e do desenvolvimento do cinema brasileiro, que buscava uma identidade (LUCAS, 2005, p.72). Haviam seções que se dedicavam exclusivamente ao cinema nacional como “Filmagem Brasileira”, “Cinema Brasileiro” ou “Cinema do Brasil”, mas apesar da campanha pela nascitura indústria

nacional, a maior parte do conteúdo era dedicado ao cinema estrangeiro (LUCAS, 2005, p.69-70). A *Cinearte* reunia um grupo de “intelectuais-artistas” brasileiros e teve grande atuação política, aguçando em suas páginas discussões acaloradas sobre o cinema nacional, estrangeiro e questões identitárias.

The New York Times é atualmente um dos principais jornais dos Estados Unidos, com publicação diária desde sua fundação em 1851 na cidade de Nova York. O jornal pertence ao grupo *The New York Times Company*, umas das maiores empresas de comunicação de seu país que possui outros jornais como o *Boston Globe* e o *International Herald Tribune*, sob o controle da família Ochs-Sulzberger. Além do formato impresso, o jornal é veiculado digitalmente e possui versões internacionais. Durante a década de 1920 e começo da década de 1930 quem regia o jornal era o patriarca Adolph S. Ochs, após seu falecimento em 1935, seu genro Arthur Hays Sulzberger lhe sucedeu (DIAMOND, 1995, p.64, 66). A partir das primeiras décadas do século XX o jornal passou a buscar um posicionamento que caminhasse com os tempos modernos, cobria notícias variadas e os últimos acontecimentos nas ciências e tecnologia (DOUGLAS, 1999, p.128). George H. Douglas (1999, p.129) afirma que foi possivelmente durante a cobertura realizada durante a Primeira Guerra Mundial, que o *Times* se consolidou como “o jornal estadunidense”, referência líder para bibliotecários, acadêmicos, oficiais do governo e outros jornais. Durante a década de 1930 e 1940, o *The New York Times* tinha um número de leitores no país equilibrado com o jornal *Herald Tribune*, mas ao fim da Segunda Guerra Mundial começou a passar na frente em leitores e anúncios (DIAMOND, 1995, p.47), indicando uma identificação com o público como uma voz do país.

Os editores do *Times* acreditavam que o público esperava mais que notícias, queria também entretenimento, eles colocavam palavras cruzadas, concursos, humor, dicas domésticas e informações que ajudassem a lidar com a “vida moderna” (DOUGLAS, 1999, p.131). Existiam seções específicas voltada aos esportes, às mulheres, às crianças, aos entusiastas de teatro e de cinema, à alta-sociedade, entre outros temas (DOUGLAS, 1999, p.131). Um dos principais críticos de cinema do jornal foi Bosley Crowther, que atuou junto ao *Times* entre 1940 e 1967, cobrindo todos os filmes com a participação de Carmen Miranda em Hollywood.

Em 1940 Carmen Miranda firmou um contrato com a *Twentieth Century Fox* para participar de filmes com temáticas latino-americanas, essas produções foram incentivadas pelo governo dos Estados Unidos a fim de cativar o público abaixo do Rio

Grande³ e facilitar a penetração de seus ideais no território. Os filmes eram sempre musicais que seguiam um mesmo formato, mas além da *Fox* vários outros estúdios também participaram desse movimento de aproximação da América Latina criando filmes para a ocasião. O resultado foi a “*South-of-the-Border craze*” (ALTMAN, 1989, p.186), algo como uma “febre do sul da fronteira”. Apesar das críticas ao formato repetitivo dos musicais, Crowther não deixava de reconhecer positivamente os esforços da *Twentieth Century Fox* para com a Boa Vizinhança arquitetada pelo governo estadunidense e pelo então presidente Franklin Delano Roosevelt, assim como a desenvoltura de Carmen Miranda, caracterizada como “latina”. Deste modo, o conteúdo ideológico dos filmes permanecia em suas colunas.

As revistas *Scena Muda* e *Cinearte* foram consultadas virtualmente a partir da “Biblioteca Digital das Artes e do Espetáculo”. Patrocinada pela Petrobrás, a Biblioteca Jenny Klabin Segall disponibiliza gratuitamente através deste acervo digital todas as edições completas de *Scena Muda* e de *Cinearte*. As revistas podem ser visualizadas integralmente, página a página, dando uma visão geral da revista e das matérias. A consulta pode ser realizada pelo ano, número ou álbum de cada revista, e ainda pelo mecanismo de “pesquisa”, que faz o rastreamento de palavras-chave simultaneamente dentro das duas publicações e aponta para as páginas individuais em que se encontram as matérias.

As notícias do *The New York Times* foram acessadas pelo acervo virtual do jornal. O “*The New York Times Article Archive*” afirma ser um arquivo completo do periódico que conta com mais de treze milhões de artigos no total, desde 1851 até os dias presentes, dividindo-se em duas sessões, 1851-1980 e 1981-presente. O conteúdo do acervo é pago e pode ser acessado pela assinatura digital do site ou as matérias podem ser compradas individualmente. Com a assinatura digital os artigos pré-1923 e pós-1986 poderiam ser acessados livremente, já os artigos que são relevantes para esta pesquisa e estão entre 1923 e 1986, foram limitados a visualização de cem por mês. As notícias estão disponibilizadas apenas individualmente, como fragmentos da página da jornal em sua maioria no formato “PDF”, como imagens escaneadas, e algumas transcritas como arquivo de “Word”. Essa característica do acervo limitou a interpretação em alguns aspectos, pois inviabilizou saber qual a posição que a notícia ocupava na página do jornal, qual a importância que se dava a ela dentro da composição

³ O Rio Grande é um dos maiores rios da América do Norte e funciona como limite entre Estados Unidos e México.

(*layout*) da página, a que outras matérias e imagens ela estava associada e, conseqüentemente, os sentidos que podem ser extraídos dessas conexões.

A fim de se otimizar a busca dentro desses amplos acervos, optou-se por fazer uma pesquisa com as palavras-chave “Carmen Miranda” dentro de recortes cronológicos e analisar apenas a notícia referenciada. No sistema de pesquisa da “Biblioteca Digital das Artes e do Espetáculo” foi necessário fazer a seleção das matérias por ano manualmente. Dentre as quinhentas e noventa e nove ocorrências, foram encontradas menções à Carmen Miranda desde 1930 a 1955. A abordagem foi reduzida entre 1935, ano de lançamento dos filmes nacionais “Alô, Alô, Brasil” e “Estudantes” quando Carmen Miranda já é uma conhecida artista de rádio, até o ano de 1945, fim da Segunda Guerra Mundial e da Política da Boa Vizinhança, principal motivo que levou Carmen Miranda à Hollywood. Diferente da “Biblioteca Digital das Artes e do Espetáculo”, o “*The New York Times Article Archive*” possui uma ferramenta para busca dentro de datas específicas, o que permitiu o refinamento entre 1939 e 1945. Das cento e oitenta e seis ocorrências elencadas, foram selecionadas as que tratavam dos filmes de Carmen Miranda lançados entre 1939 e 1945 e as matérias com comentários significantes sobre sua carreira, resultando em vinte e cinco notícias. Devido a extensão das fontes, apresenta-se neste artigo uma análise parcial do *corpus* documental, centrada nos textos sobre o fortalecimento de narrativas identitárias associadas à performance de Carmen Miranda.

Entre 1940 e 1945, durante seu contrato com a *Fox*, Carmen Miranda participou de nove filmes de longa-metragem e de um documentário motivacional⁴. Com certa dificuldade, foi possível ter acesso a todos os filmes e mantê-los em acervo particular, alguns apenas no idioma original dependendo de nossas traduções amadoras. A maior parte dos filmes só foi localizada no Brasil a partir de sites de compartilhamento de arquivos, sendo que apenas três filmes foram encontrados e adquiridos no formato de DVDs oficiais, revelando uma escassez dessas obras no país. Devido à natureza desse objeto, escolheu-se utilizar o tratamento das fontes imagéticas. Para se chegar a uma interpretação do conjunto dos filmes no contexto da Boa Vizinhança ou a uma “retórica geral”, como recomenda Martine Joly (2007, p.101). Eles serão considerados como uma

⁴“Serenata Tropical” (*Down Argentine Way*, 1940), “Uma Noite No Rio” (*That Night In Rio*, 1941), “Aconteceu em Havana” (*Week-End In Havana*, 1941), “Minha Secretária Brasileira” (*Springtime In The Rockies*, 1942), “Entre a Loura e a Morena” (*The Gang’s All Here*, 1943), “Quatro Moças Num Jeep” (*Four Jills In A Jeep*, 1944), “Alegria, Rapazes!” (*Something For The Boys*, 1944), “Sonhos de Estrela” (*Doll Face*, 1945), “Serenata Boêmia” (*Greenwich Village*, 1944), “*The All-Star Bond Rally*” (1945).

série de sinédoques, cujos discursos se complementam e se repetem em uma operação iterativa que cria uma nova imagem e sentidos sobre a performance de Carmen Miranda, corroborando com consolidação da narrativa identitária encarnada pela artista.

Os meios de comunicação como o rádio, a mídia impressa, o cinema entre outros, são importantes vetores sociais que, assim como outros produtos da indústria cultural, atuam de forma sutilmente pedagógica produzindo modelos de comportamento, veiculando ideologias e valores e ajudando a edificar visões de mundo (KELLNER, 2001, p.9). Além de intermediários na transmissão de informações, são detentores de um poder simbólico e por isso agentes (BOURDIEU, 2001, apud ADAMATTI, 2008, p.14). Tais narrativas são atravessadas por lutas políticas e sociais que disputam a hegemonia, reproduzindo os discursos dominantes do período que de certa forma impulsionam os sujeitos a se conformarem com uma determinada organização social (KELLNER, 2001, 12-13). Portanto estudar os produtos da mídia significa buscar os símbolos, os mitos, as imagens, os espetáculos, os discursos e os recursos que ajudam a constituir uma cultura comum entre os sujeitos e a criar identidades (KELLNER, 2001, p.10-11).

O cinema ganha importância nesta arena pela impressão de realidade que causa e pela sensação de mergulho dentro da tela, aproximando os espectadores de sua narrativa e os envolvendo em uma experiência cinematográfica como se por alguns instantes fizessem parte daquela “realidade alternativa”. Enquanto simulação, as representações criadas no filme são um produto da tecnologia que se constituem em um segundo objeto, uma espécie de prótese do real (BARTHES apud METZ, 1977, p.31). Por sua vez, a “prótese” dá origem a generalizações simbólicas interiorizadas pelo inconsciente como uma percepção do real, justamente porque se adere ao presente como um fragmento da realidade exterior que inscreve-se no agora (MARTIN, 2005, p.29-30), tornando “presente algo que está ausente” (BHABHA, 1998, p.85). Esse processo é alimentado particularmente pelas revistas especializadas como *Scena Muda* e *Cinearte*, que semanalmente “atualizavam” as experiências vivenciadas no cinema com imagens e notícias sobre os filmes e as “estrelas”, até mesmo em sua vida privada. Dessa forma, imprimindo os padrões da “realidade” hollywoodiana e estadunidense como modelos a serem consumidos também pelos brasileiros.

1.1- Carmen Miranda do samba e do carnaval

Durante a década de 1930, a imagem de Carmen Miranda foi construída pela mídia brasileira como uma representação do Brasil moderno, especialmente através de

suas canções. Como uma das cantoras de maior sucesso no Brasil da década de 1930, ela divulgava “idéias (sic), símbolos, estereótipos, que eram consumidos por grande parte da população” (KERBER, 2002, p.5) através de sua música, imagem e performance que chegavam ao público pelo rádio, indústria fonográfica e cinema (KERBER, 2007, p.12). Nesse período, estava em vigor uma política do governo de Getúlio Vargas de modernização do país atrelada a um projeto de integração nacional, que se pautava pela reorganização do que é o nacional e pela efetiva construção de uma identidade nacional que consideravam positiva (ver D'ARAUJO, 2000; CAPELATO, 1999).

O projeto político-cultural do Estado Novo aproveitava setores da intelectualidade do movimento modernista dos anos 1920 e dava continuidade a algumas de suas ideias. Apesar da maior parte dos modernistas se vincularem ao folclore e às tradições do interior do país como o lugar das “verdadeiras raízes” brasileiras, o projeto modernista de Vargas privilegiava os grupos populares urbanos e suas práticas, melhor identificadas com a industrialização que se queria incentivar (KERBER, 2007, p.31). Partindo desse ideal, foram incorporadas as manifestações culturais populares e afro-brasileiras aderidas ao universo das cidades, principalmente do Rio de Janeiro, em um processo de vivificação de uma identidade nacional (ORTIZ, 2005). As narrativas performáticas de Carmen Miranda contribuíam com a criação de ícones e mitos, capazes de disseminar os ideais do poder vigente e promover a mimese social destes discursos (ver: BHABHA, 1998). A cidade do Rio de Janeiro, amplamente cantada por Carmen e retratada em alguns de seus filmes, era foco do processo de modernização e nacionalismo pelo qual o país passava. Havia a clara intenção do governo de apagar a noção de “atraso” e colonização ligada ao passado da capital do país e restituí-la como símbolo dessa nova fase (KERBER, 2007, p.217).

Junto a uma série de outras produções artísticas e intelectuais que circundavam a questão da “brasilidade”, Carmen Miranda se situa dentro dessa conjuntura que privilegia as manifestações populares como símbolos do “nacional” (SODRÉ, apud ORTIZ, 2005, p.127), todavia, filtrados para serem aceitos pela sociedade. Esse foi o caso do samba, de um gênero marginalizado e inerente à cultura afro-brasileira, nas vozes de artistas brancos como Carmen Miranda e rearranjado musicalmente dentro de algo próximo ao formato das *jazz bands*, o gênero alavancou como o ritmo nacional. Ao mesmo tempo em que envolvia os brasileiros com suas canções e carisma, ao mesmo tempo Carmen Miranda representava a popularização dos ideais governistas

alimentando a imagem de quem era o “tipo brasileiro” e quão bela era a nossa terra. Suas canções imprimiam uma brasilidade que se reinventava (BALIERO, 2011), homogênea, cordial, pacífica, alegre, trabalhadora.

Carmen Miranda em suas canções popularizava a nação e a imagem que se queria do país, sobretudo, da capital brasileira: “Rio, lindo sonho de fadas. Noites sempre estreladas e praias azuis” (apud MENDONÇA, 1999, p.41). Rainha branca do samba, Carmen atendia ao figurino estado-novista, num primoroso equilíbrio de opostos. Vestida elegantemente, não abria mão nem da ginga nem da gíria associadas aos moradores das favelas e cativava nesses moldes diversas camadas da sociedade brasileira. Cantando a cidade, o morro e o Brasil, a moça branca europeia e de olhos verdes colaborava para legitimar seu jeito como brasileiro (MENDONÇA, 1999, p.53).

Os “sambinhas gaiatos” gravados por Carmen, passavam a representar a “fotografia da nossa alma”, o povo brasileiro. E a matéria prossegue: Carmen tem o “it” dos americanos. O “charme” dos franceses. O “salero” dos espanhóis [sic]. E o que nosotros nacionaes [sic] chamamos de “encantamento”. Mas esse “encantamento” nosso, não traduz bem o que tem Carmen (GARCIA, 2004, p.40).

Durante sua carreira musical, Carmen Miranda foi incorporada pelo governo do Estado Novo como uma grande intérprete da canção popular brasileira, ela frequentemente cantava seus sambas e marchinhas nos programas oficiais do governo, notadamente em “A hora do Brasil”. Mas Carmen Miranda foi apenas um dos artifícios de uma política de unificação e identificação nacional, cujo percurso é narrado por várias vozes. Além do papel do rádio e da indústria fonográfica na integração nacional, paralelamente se movimentavam outros meios de comunicação, como a mídia impressa e o cinema (GARCIA, 2004, p.13). Partindo do estudo de revistas especializadas em cinema do época, *Cinearte* e *Scena Muda*, nota-se da mesma forma a ênfase do samba como canção nacional e do discurso de identidade que cerca Carmen nos filmes em que atuou no Brasil. Artistas como Carmen Miranda cantavam nas telas canções que já tinham feito sucesso em seu repertório anteriormente ou então novas músicas que despontariam principalmente no carnaval. Outro ponto que chama atenção nas matérias das revistas é a ênfase no cinema como um salto para a modernização brasileira, entretanto, sempre de forma nacionalista, enaltecendo as coisas da terra.

“New-York” (assim a denominavam) e Buenos Aires eram referenciadas como “o mundo moderno” e modelos a serem seguidos; nas produções cinematográficas brasileiras existia o claro desejo de se assemelhar a esses padrões. Ao acompanhar a

produção do filme “Allô! Allô! Brasil” (1935), a *Cinearte* confirma o anseio de modernizar-se ao proferir que na *Cinédia* (estúdio em que o filme foi realizado) via um grande progresso e desenvolvimento: “tivemos a impressão de estar num desses estúdios americanos que as photographies [sic] de publicidade nos mostram tantas vezes” (Cinearte, 15 jan. 1935, p.10-11). A revista *Scena Muda* igualmente acreditava que a tecnologia do estúdio associada ao produtor Wallace Downey (um estadunidense), fariam de “Allô! Allô! Brasil” o primeiro passo para um cinema brasileiro de fato, feito de “coisas nossas” e “gente nossa” (Scena Muda, 12 fev. 1935, p.5). Alcançar esse ideal de modernidade, que encontrava um referente no modelo estadunidense, além de melhorar a imagem do Brasil e colocá-lo no mundo como um país civilizado, era igualmente atingir um potencial competitivo. Os cineastas brasileiros queriam não apenas fazer filmes com a qualidade estrangeira, mas também competir com eles nas bilheterias e levar as imagens nacionais para o exterior.

Em meio a dificuldade em competir com o cinema estrangeiro, foi na adaptação do modelo importado que o cinema brasileiro ganhou forma. Se Hollywood trazia para as telas os musicais da Broadway, no Brasil e sobretudo no Rio de Janeiro, as referências vinham do teatro de revista, do rádio e do carnaval (ver LINO, 2007, p.170; GOMES, 1996, p.71), desenhando com estes contornos um Brasil para os brasileiros, e talvez para os estrangeiros, que nos filmes estava sempre em festa. O tema carnavalesco seria usado em uma série de produções da década de 1930 e 1940 e passaria a caracterizar o cinema nacional. Contando com a participação de Carmen Miranda cantando sambas, “Allô! Allô! Brasil” e depois “Os Estudantes” (1935), os quais se pretendiam empreitadas modernas e nacionalistas, navegavam precisamente nessa corrente de filmes. O esforço em fazer destas manifestações símbolos de brasilidade é latente na apresentação de “Os Estudantes” pela *Cinearte* como “um filme exclusivamente produzido com motivos e canções brasileiras especialmente compostas para o mesmo”, também são importantes os artistas presentes na película e as suas respectivas canções, frisando que Carmen canta mais de uma vez (Cinearte, 15 jun.1935, p.21).

Colocar Carmen Miranda e outras personalidades do “*broadcasting*” nos filmes fazia parte da estratégia de posicionamento do cinema nacional, pois se acreditava que a popularidade, o sucesso e a aura de “representante da canção popular brasileira” adquiridos nos discos e na rádio pela artista seria repassado aos seus filmes. Por outro lado, a visibilidade e a larga difusão que o cinema com “temas nacionais” oferecia a

imagem de Carmem, contribuía para fazer dela ainda mais conhecida e ovacionada. Em 1938, com a criação de sua baiana no filme “Banana da terra” (lançado em 1939), simbolicamente se uniu o “novo” e o “velho”, integrando em uma só figura as tradições afro-brasileiras e a civilidade branca, modernizando um velho ícone da pátria. Desse filme em diante, a baiana estilizada e o número “O que é que a baiana tem” (que se tornariam praticamente uma legenda de Carmen), passaram a integrar suas performances nos cassinos e casas de show que a elite frequentava, introduzindo a ideia do Brasil “mestiço” modernizado também em camadas mais abastadas da sociedade.

Assim, em seus trajes de baiana foi notada no Cassino da Urca pelo produtor estadunidense Lee Schubert, que a levou do Rio de Janeiro para a Broadway. Sua partida para os Estados Unidos em 1939 foi apoiada pelo governo brasileiro⁵ daquele período, que a entendia como o atestado do progresso brasileiro e ápice da modernidade de Carmen, encerrando uma etapa de sua trajetória. Conforme Ana Rita Mendonça, era desejo do Estado Novo fazer de Carmen seu cartão de visita no exterior, uma possibilidade de colocar o Brasil em foco dentre uma indústria cultural instituída (1999, p. 12). Em virtude de sua partida para os Estados Unidos, Carmen Miranda passou a ser chamada de a “Embaixatriz do Samba”, era então “a cantora do *it* verde e amarelo” e a “ditadora risonha do samba” (*O Cruzeiro*, 1933, apud GARCIA, 2004, p.61) que tinha um novo compromisso com a nação, seria responsável por levar o samba, a música nacional, a terra de Tio Sam.

2- O Brasil na tela, será samba ou rumba?

Nos Estados Unidos, a carreira de Carmen Miranda e sua imagem ganharam novas conotações. Carmen foi inicialmente contratada para trabalhar na Broadway fazendo performances musicais em grandes teatros e casas de entretenimento, já em 1940 começa a atuar também na indústria cinematográfica. Sempre acompanhada nos palcos e nos filmes do Bando da Lua, cuja jornada foi financiada pelo próprio governo brasileiro. Com os filmes hollywoodianos Carmen sedimentou sua popularidade no país

⁵ O contrato internacional de Carmen não incluía seus músicos, o Bando da Lua, assim, não conseguindo firmar acordo com o empresário Lee Schubert, foi com o Presidente Vargas que financiou as passagens do grupo. Ainda em 1939, dentre outros produtos e personalidades brasileiras, Carmen foi representar o país no pavilhão do Brasil na Feira Mundial de Nova York, projetado por Oscar Niemeyer e Lúcio Costa (GARCIA, 2004, p.186-187).

e se tornou uma estrela, nesse âmbito, a baiana foi adaptada, remodelada e ressignificada, deixando de ser apenas um espelho do Brasil, para sintetizar sobre si uma hibridação de toda a América Latina. Naquela esfera, seu propósito era claramente representar a América Latina e facilitar as relações entre esses países e os Estados Unidos, integrando as estratégias da Política da Boa Vizinhança.

A Política da Boa Vizinhança durou de 1933 a 1945 e se sedimentou no governo de Franklin D. Roosevelt. Ela tinha como alvo estreitar as relações entre os Estados Unidos e a América Latina, a fim de expandir seu mercado e angariar aliados mediante a Segunda Guerra Mundial. Na virada para a década de 1940 e em meio ao desenrolar da Segunda Guerra Mundial, que causava uma série de bloqueios comerciais, os Estados Unidos buscavam estabelecer novas relações econômicas e políticas. Nesse processo, a América Latina tornou-se alvo de cobiça. Para Gerson Moura (1991, p.26), a América Latina era palco de uma guerra comercial, “mas também de disputas políticas e ideológicas, justamente numa época em que formas de governo autoritário e economias nacionalistas estavam florescendo no sul do continente”. A Boa Vizinhança pregava o Pan-americanismo, uma forma de consolidar a união interamericana e promover a solidariedade entre os países. Para convencer o resto da América desse discurso, uma das primeiras medidas foi retirar seu próprio intervencionismo militarista (de presença imponente em alguns países da América Central) e substituí-lo pelas negociações diplomáticas.

Os mecanismos para conquistar a América Latina foram desenvolvidos principalmente por meio de um “imperialismo cultural” (FRIEDRICH, 1989, p.27), que desaguou inúmeros produtos culturais estadunidenses na América Latina. Durante sua vigência a América Latina foi abarcada com uma série de produtos estadunidenses e bens culturais como a música, literatura, fotografia, cinema, revistas, gírias, aparelhos, tecnologia e investimentos, ocorria a entrada em larga escala da influência dos EUA. As inúmeras imagens trazidas pelas revistas *Life*, *Time* e *Reader's Digest*- Revista Seleções-, por exemplo, encantavam os leitores brasileiros e foram fundamentais na inserção do *American way of life*⁶ (TOTA, 2000, p.59). Por sua vez, os Estados Unidos

⁶ Gerson Moura (1986, p.9) destaca que “foi nesse contexto que os brasileiros aprenderam a substituir os sucos de frutas tropicais onipresentes à mesa por uma bebida de gosto estranho e artificial chamada Coca-Cola. Começaram também a trocar sorvetes feitos em pequenas sorveterias por um sucedâneo industrial chamado Kibon, produzido por uma companhia que se deslocara às pressas da Ásia, por efeito da guerra. Aprenderam a mascar uma goma elástica chamada *chiclets* e incorporaram novas palavras que foram integradas à sua língua escrita. Passaram a ouvir o *fox-trot*, o *jazz* e o *boogie-woogie*, entre outros ritmos,

recebiam artistas latino-americanos como Carmen Miranda (TOTA, 2000). A partida de Carmen Miranda aos Estados Unidos e seu sucesso nesse país estava ligado a esse momento histórico no qual os EUA angariavam tipos “exóticos” pela América Latina para promovê-los em sua indústria cultural como ações de “boa vizinhança”. Daí em diante, simbolicamente Carmen Miranda não mais se despiu de sua baiana.

O Brasil tinha consciência que se tratava de uma campanha para seduzir os mercados sul-americanos, mas acreditava que também poderia tirar vantagens dessas relações, enviar a popular artista ampliava essas possibilidades e era motivo de orgulho nacional. Essas relações podem ser percebidas na imprensa brasileira especializada da época, especificamente na notícia que segue, em que a revista *Scena Muda* celebra o contrato de Carmen Miranda com a *Twentieth Century Fox*.

Um grande movimento verifica-se em Hollywood, pois ultimamente todos os studios [sic] estão no afam de que todos os mercados latinos sejam supridos com films [sic] que satisfaçam todos os paladares, tanto que cada empresa [sic], prepara uma surpresa, no que se refere a essa conquista. Com o contrato de Carmen Miranda entre esta e a Fox, na pretensão de produzir um filme intitulado *South American Way*, temos ainda a considerar a Warner Bros, com o seu film *Green Hell*, a Universal, com *Rio* e alguns outros (*Scena Muda*, 21 nov. 1939, p.23).

O Brasil tinha expectativas diplomáticas sobre Carmen Miranda e queria fazer dela uma representante das coisas brasileiras, sendo frequentemente citada como a Embaixatriz do Samba. Em Hollywood, muito embora o que a “Embaixatriz do samba” cantasse não fosse exatamente o samba brasileiro, mas uma mistura de *habanera*, rumba, samba-jongo, tango, marchinha e outros gêneros melhor assimiláveis pelos estadunidenses, ocorria uma forte disseminação de pandeiros e batuques de toda espécie (TOTA, 2005, p.118; SOUZA, 2004, p.77), ambientados assiduamente por bananeiras e macacos. Aos olhos brasileiros, as mudanças sofridas por Carmen Miranda nas terras do Tio Sam eram vistas com ressalvas, a versão expandida e talvez entendida como travestida da baiana, sobretudo nos filmes, soava para muitos brasileiros como uma caricatura de mau gosto.

Se a jornada de uma artista (luso) brasileira para indústria cultural dos Estados Unidos, país emblemático de desenvolvimento, até então significava um ápice da modernidade para o Brasil, com o desenrolar de suas atividades essa perspectiva passou por questionamentos e o foco das críticas era a imagem do Brasil que estava sendo

e assistiam agora a muito mais filmes produzidos em Hollywood. Passaram a voar nas asas da *Pan American*, deixando para trás os ‘aeroplanos’ da Lati e da Condor”.

constituída primeiro na Broadway e depois no cinema. Ana Rita Mendonça (1999, p.144) enfatiza os diferentes pontos de vista sobre a atuação de Carmen nos Estados Unidos: “Se no Brasil chegara a receber críticas por ser sambista, durante sua carreira nos Estados Unidos tornou-se por demais estrangeira: norte-americana demais, latino-americana demais, brasileira demais, dependendo do observador”. Segundo a autora, existiam ainda os “carmistas” e os “anticarmistas”, ambos os lados tentavam explicar o novo formato da artista. Alguns argumentos que justificavam sua performance reconheciam que a representação feita de Brasil não era a mais favorável, mas partiam do fato que Carmen possuía um contrato a que deveria obedecer e mesmo atuando em papéis controversos aos olhos brasileiros, era sempre “notável” (MENDONÇA, 1999, p.141-143).

A dualidade das opiniões era evidente nas revistas de cinema, por conta da variedade de escritores era possível encontrar numa mesma edição uma matéria que rechaçasse Carmen Miranda e outra que a elogiasse. Na revista *Scena Muda* de fevereiro de 1940, com a matéria intitulada “O Brasil na Tela”, não se criticava expressamente Carmen, mas a forma equivocada e negativa que o Brasil era representado no cinema exterior, para um país que buscava a modernidade, ser retratado como um lugar de atraso e ligado a tradições coloniais, tinha sérias implicações simbólicas. Segundo a *Scena Muda*, o material que aparecia nas telas com o “rótulo de cousas brasileiras”, era exibido apenas para “efeito [sic] publicitário interno e externo”, ao ponto de ser confundido com o México ou com a Argentina,

Seus ambientes naturaes [sic] são traduzidos ou symbolizados [sic] por um chapelão de roceiro mexicano, e as brasileiras surgem nos cabarés ordinários e batem castanholas como se fossem espanholas. (...) Com certeza a parte de Carmen se limitará a dizer um daqueles [sic] sambas mettida [sic] em suo indumentária de bahiana [sic], exageradamente submersa em collares [sic] de aljofar e pulseira até as axilas... Que bela propaganda do Brasil (*Scena Muda*, 06 fev. 1940, p.5).

Após a primeira participação de Carmen Miranda no cinema estrangeiro, o cronista Renato de Alencar, que repetidamente assumiria essa postura na revista em relação a Carmen, é mais duro com as palavras e escreve que o que ela canta são “deploráveis números de nossa degenerescência carnavalesca”, para ele, Carmen poderia ser aproveitada se corrigisse os erros da voz e os trejeitos excessivamente sensuais, nos Estados Unidos ela não teria feito nada pelo Brasil, a não ser que se entenda por cultura brasileira “batuque ou remelexo dos quadris”, mas concorda que no

Brasil era meritoriamente dela o posto de primeira intérprete do samba (*Scena Muda*, 23 jul. 1940, p.3). Nessa crítica aparece não apenas a restrição ao papel interpretado por Carmen nos Estados Unidos, mas também a resistência da classe a qual o próprio jornalista pertence de aceitar o papel da artista dentro de uma política brasileira, que propôs o samba como a música nacional e a miscigenação como característica do povo. De fato, para muitos brasileiros ao contrário de levar ao mundo um país moderno e voltado ao progresso, a Pequena Notável encenava nas produções da *Fox* uma imagem sobretudo de atraso, de incapacidade e de uma miscigenação oculta incrustada na música e em referências coloniais, um território fértil, feminilizado e receptivo aos estrangeiros do norte.

As opiniões sobre Carmen Miranda eram divididas e mesmo com o desgosto da intelectualidade por Carmen não estar interpretando o papel do Brasil gostariam, o sentimento de orgulho pela conquista de estar lá não se esvaía, haja vista as constantes notícias e fotografias suas que eram publicadas nas revistas *Scena Muda* e na *Cinearte*. Por ocasião da Feira Mundial de 1940 nos Estados Unidos, podiam ser apreciadas nas revistas várias fotografias de Carmen Miranda posando ao lado de estrelas dos grandes estúdios de Hollywood e com sacas de café e de açúcar, os três produtos nacionais.

O primeiro filme de Carmen Miranda nos Estados Unidos estreou no mesmo ano da Feira Mundial, “*Down Argentine Way*” (*Serenata Tropical*, 1940). Ele fazia parte de uma trilogia que fazia um *tour* cinematográfico pela América Latina, os outros países contemplados além da Argentina foram o Brasil e Cuba. O objetivo dessas “viagens” hollywoodianas era essencialmente cativar a parceria desses países que despertavam grande interesse na política externa travada pelo governo dos Estados Unidos, pois tinham posição política, estratégica ou econômica privilegiada no continente, bem como apresentar aos estadunidenses um lado mais positivo da América Latina e como esses vizinhos podiam beneficiá-los no contexto da guerra. Um quarto filme, também com Carmen Miranda (*The New York Times*, 01 fev. 1943, p.19), deveria se passar na Cidade do México, ter filmagens *in loco*, título homônimo e ser uma coprodução com o governo mexicano, selando a importância do México naquela conjuntura de Boa Vizinhaça, mas acabou não sendo realizado pela *Fox*⁷.

⁷ Todavia, em 1941 foi lançada pelo estúdio *Republic Pictures*, a comédia musical com tema *western*, *Serenata Mexicana (Down Mexico Way)*, remetendo a *Serenata Tropical (Down Argentine Way)*, 1940) lançado um antes com Carmen Miranda. Em 1940 a *Universal Studios* também fez sua contribuição ao flerte com a Argentina pela Boa Vizinhaça e lançou *Noites Argentinas (Argentine Nights)*, 1940) e em 1941 foi a vez da *RKO* lançar *Conheceram-se na Argentina (They Met in Argentina)*, com o mesmo tema

Em “*Down Argentine Way*” (Serenata Tropical), Carmen Miranda interpreta a si mesma canta apenas três canções em um cabaré com um cenário que deve ser entendido como uma fazenda argentina, mas que passa longe disso, a começar pelo traje de baiana estilizada que a artista usa. Sobre sua breve participação nesse filme um leitor da *Scena Muda* se dizia satisfeitiíssimo, a única reclamação era que também queria ver “coisas nossa” (Scena Muda, 16 set. 1941, p.10). O leitor de *Scena Muda* manifestava o desejo de muitos outros brasileiros e a confiança depositada em Carmen Miranda como uma difusora daquela cultura brasileira que se (re)inventava no Estado Novo. Embora a participação tenha sido pequena, esse primeiro filme lhe rendeu um longo contrato com a *Fox* e uma personagem maior no segundo filme. Com a estreia do filme seguinte, “*That Night in Rio*” (Uma Noite no Rio, 1941), os brasileiros já diziam que Carmen Miranda estava com “o pé no primeiro degrau da fama cinematográfica” de Hollywood e que em breve poderia ser chamada de estrela, a *Scena Muda* destaca que a artista assumiu um papel de maior projeção e relevo em meio a grande elenco (Scena Muda, 11 mar. 1941, p.20-21, 29).

Com não menos entusiasmo, foi anunciado no mesmo ano a homenagem feita a Carmen Miranda nos Estados Unidos, quando ela foi convidada a deixar a marca de suas mãos na calçada do *Chinese Theater*, reservado a astros do cinema, neste momento que foi transmitido por várias emissoras de rádio em inglês, espanhol e português, entendia-se o reconhecimento de Carmen como uma das “mais promissoras estrelas cinematográficas destes últimos tempos” (Scena Muda, 15 abr. 1941, p.19). Depois disso, não faltavam notícias anunciando possíveis visitas da artista ao Brasil e boatos de contratos com emissoras nacionais que colocassem a voz da Pequena Notável de volta aos rádios brasileiros. Em 1940 Carmen Miranda retornou ao Brasil após o grande sucesso nos Estados Unidos, que era também um triunfo para a “raça brasileira”, para o samba e para o governo que tinha apoiado sua ida (CASTRO, 2005, p.245).

Quando finalmente atracou no Rio de Janeiro, uma multidão de pessoas e jornalistas lhe aguardavam, Carmen se reafirmava brasileira. A esperada visita foi celebrada com um show realizado para uma campanha da Primeira Dama Darcy Vargas, mas a plateia do Cassino da Urca lhe deu uma recepção completamente diferente. A elite carioca e as várias personalidades que participavam da administração do país e que ali se encontravam, responderam-lhe ao seu “*Good night, people !*” com frieza e sem

de *Serenata Tropical* (*Down Argentine Way*, 1940) dos cavalos de corrida, porém em preto e branco e sem nenhuma grande estrela.

aplausos à canção “*The South American Way*” ou “O que é que a baiana tem” (CASTRO, 2005, p.249). O show que deveria durar por mais alguns dias, foi cancelado na manhã seguinte. A crítica desse público era que tinha voltado “americanizada” e “pouco autêntica” (ROCHA, apud CASTRO, 2005, p.251). Outra visita só aconteceria próximo ao fim de sua vida, com a finalidade de tratar de sua saúde abalada em dezembro de 1954.

3- Macacos, bananas e palmeiras, é a “*Brazilian Bombshell*”

No cinema hollywoodiano, a “persona baiana” se aderiu à Carmen, uma “baiana” construída caricaturalmente no jeito de se comunicar, cantar, dançar e se vestir; uma figura que causava grande explosão para os padrões da época, fazendo de Carmem Miranda a *Brazilian Bombshell* (MENDONÇA, 1999). Nesta época estava em vigor a Política da Boa Vizinhança (até 1945) e existia um claro interesse em fazer de Carmen Miranda, na esfera cinematográfica, uma representante de toda a América Latina (TOTA, 2000, p.119; GARCIA, 2004, p.199).

Assim, na “baiana” de Carmen Miranda, vários elementos foram agregados até que se constituísse um hibridismo cultural dos países tropicais, um discurso simbólico que se manifesta tanto pelas imagens, como pelos diálogos e pelas músicas, caracterizado pela sensualidade, cor, excesso, exuberância e malandragem selecionados a partir do olhar estrangeiro (o qual perdura no imaginário coletivo visual ainda hoje). Essa identidade foi delineada pela performance de Carmen Miranda, pelo seu comportamento e pelas escolhas de suas personagens, pelas canções que cantava e pelos instrumentos que a acompanhavam, pelo cenário que habitava, pelos movimentos de seu corpo e particularmente pelos seus figurinos, os quais se tornaram mais que uma marca registrada, mas uma verdadeira segunda pele de Carmen Miranda.

Como a notícia anterior da *Scena Muda* apontava, os brasileiros entendiam que Hollywood buscava agradar os paladares sul-americanos e contratar artistas daqui fazia parte de algum plano maior - a Política da Boa Vizinhança- , todavia, não contavam com os resultados que apareceriam nas telas. Na Hollywood dos anos 1940, em que os filmes de Carmen Miranda foram realizados, o ponto de vista em relação às narrativas de um filme não vinha apenas de seus diretores, de fato, sofriam fortes influências e respondiam a uma série de demandas da divisão de Cinema do *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs-OCIAA* (Escritório do Coordenador de Assuntos

Interamericanos). O órgão, vinculado ao governo estadunidense, garantia que o cinema se mantivesse dentro das expectativas da Política da Boa Vizinhança.

Nessa campanha, a perspectiva dos Estados Unidos caminhava em uma direção diferente a dos brasileiros. Enquanto ao sul do Rio Grande⁸ agitavam-se as críticas sobre a forma como éramos representados, nos Estados Unidos a imprensa reforçava o papel dos filmes e suas estrelas como diplomatas das relações pan-americanas capazes de estabelecer firmes laços de “vizinhança”, pois sob esse entendimento, o uso de ambientações e personagens latino-americanos seria entendido por aqui como elogios. Através das críticas dos filmes publicadas no jornal de larga circulação *The New York Times*, emergem algumas dessas intenções. Bosley Crowter (*The New York Times*, 18 out. 1940) em sua crítica do filme “*Down Argentine Way*” (*Serenata Tropical*), enfatiza a responsabilidade do filme como agente da Boa Vizinhança, depositando suas esperanças nas curvas de Betty Grable, a estrela do filme, e em Carmen Miranda, embora em relação ao filme o próprio crítico não tem uma boa opinião. O corpo das mulheres torna-se instrumento de persuasão sobre uma população entregue aos instintos.

De imediato, não podemos pensar em ninguém mais abundantemente qualificado para servir como um plenipotenciária ministra para as terras da América Latina do que Betty Grable. Por isso, é de todo provável que “*Down Argentine Way*”, da Twentieth Century-Fox, no qual a senhorita Grable aparece e que estreou ontem no Roxy, vão animar uma forte boa vizinhança nos países ao sul de nós. (...) Sim, senhor, nós podemos apenas imaginar como os garotos lá no Rio e B.A. [Buenos Aires] vão borbulhar com amizade quando virem a senhorita Grable lá em cima na tela. Mas por confiná-la aos meninos no Rio e B.A.? Há uma abundância de companheiros daqui que vão se sentir muito amigáveis por ela também. E isso é uma coisa muito boa para a Twentieth Century-Fox. Pois, exceto pela bela senhorita Grable e um par de canções apimentadas de Carmen Miranda, “*Down Argentine Way*” não tem muito a dar em distinção (CROWTER, *The New York Times*, 18 out. 1940, tradução nossa).

“*Down Argentine Way*” (*Serenata Tropical*) teve uma boa recepção do público estadunidense e brasileiro, mas o mesmo já não se pode dizer em relação ao público argentino. O filme causou grande polêmica e teve seu lançamento adiado pelo governo da Argentina por conta das representações depreciativas e inverossímeis deste país e de seu povo, sua exibição foi proibida até que seu conteúdo fosse alterado para algo menos

⁸ Rio que marca a fronteira entre Estados Unidos e México.

ofensivo. Um adido da embaixada estadunidense em Buenos Aires elencou alguns motivos da rejeição do filme no país:

Carmen Miranda, uma estrela brasileira canta em português uma rumba de baixa categoria intitulada *Down Argentine Way*, que fala de tangos e rumbas sendo tocada à luz de uma lua dos pampas. Henry Stephenson, que faz o papel de um rico proprietário de cavalos de raça expressa-se num dialeto atroz. Muitos argentinos, sobretudo pessoas ricas, falam um perfeito inglês de Oxford. Don Ameche executa uma rumba em castelhano com castanholas e fala em orquídeas, tão raras na Argentina quanto em Nova York. Betty Grable dança uma conga aos solavancos. Quando Betty Grable e Don Ameche chegam ao aeroporto de Buenos Aires, são recebidos por uma dupla de cavalheiros com um ar imbecil que desempenham as funções de distribuidores de produtos do pai dela, o que não fica nada bem para todo os distribuidores americanos daqui. Os Nicholas Brothers dançam um sapateado num horrível castelhano e acrescentam à impressão dos argentinos de que todos aqueles ianques julgam que eles são índios ou africanos. Uma pessoa de cor é vista em Buenos Aires com tanta freqüência (sic) quanto um hindu em Los Angeles. Há uma *fiesta* com mantilhas e pentes espanhóis. Uma das canções termina com a expressão espanhola ‘*Olé*’, nunca usada aqui exceto por dançarinos espanhóis. Há piadas como ‘Sempre que dez argentinos se juntam, há uma corrida de cavalos’. Todos os que retratam um argentino, do primeiro ao último, são afrontosamente ridículos na opinião dos argentinos, desde os mais categorizados até o empregado do hotel (apud GIL-MONTERO, 1989, p.104-105).

Somente após um investimento de cerca de quarenta mil dólares, aplicado na refilmagem das cenas mais ofensivas aos argentinos, ao fim de 1941 o filme foi liberado para reprodução na Argentina (GIL-MONTERO, 1989, p.125). Depois do fiasco com a Argentina, o governo estadunidense passou a fiscalizar de modo mais próximo as produções de Hollywood. A campanha para cortejar a América Latina era explícita e, segundo o *Times*, os produtores da *Twentieth Century-Fox* buscavam uma fórmula de filme capaz de arrebatá-la a admiração e o “quente sangue latino”, chegando a conclusão que para isso, seria necessário colocar nas telas “música alegre, cores brilhantes e belas garotas, principalmente belas garotas” (CROWTHER, In The New York Times, 10 de mar. 1941). “*That Night in Rio*” (Uma Noite no Rio) é considerado uma repetição pouco original do padrão de comédia musical bastante explorado por Hollywood, mas há a expectativa que o grande espetáculo luxuoso, colorido, sensual e as participações femininas, especialmente a performance de Carmen Miranda que faz “casa toda balançar”, cimentem “as relações latino-americanas pelo menos um pouquinho” (CROWTHER, The New York Times, 10 mar. 1941, p.21).

Em Carmen Miranda esses elementos eram unificados, além do belo rosto e do corpo escultural, suas personagens eram sempre mulheres sensuais, passionais, extravagantes, tempestuosas, irracionais, um tanto quanto ingênuas e bastante exóticas, características que seriam atreladas a cultura latino-americana de um modo geral. Esse entendimento seria endossado pela imprensa, na crítica do filme “*Something for the Boys*” (Alegria, Rapazes; 1944) o *NY Times* trata Carmen Miranda, e não apenas sua personagem, como tempestuosa e única.

Quanto a tempestuosa Senhorita Miranda, ela ainda é bastante impressionante de se ver, mas ela canta "Samba Boogie" com uma virada soberba e está arrasando como um aparelho de rádio humano. (Parece que ela tem carborundum em seus dentes, o que faz dela única). (CROWTHER, The New York Times, 30 de novembro, 1944, tradução nossa).

A cor era um ponto de destaque nessas produções, presente no figurino do elenco, sobretudo no de Carmen Miranda, e nos cenários que muitas vezes queriam retratar paisagens tropicais, tudo isso era valorizado pela película em technicolor. Até 1944 os filmes que Carmen protagonizou eram sempre coloridos, um diferencial para a época, mas com o fenecimento da Política da Boa Vizinhança e da Segunda Guerra Mundial a cor e a vivacidade de seus filmes diminui junto com interesse pela América Latina, a exemplo de “*Doll Face*”, de 1945 ainda na *Twentieth Century Fox*, e depois Copacabana, de 1947 na *Beacon Productions*, filmados em preto e branco.

Conseqüentemente, nota-se que se no Brasil Carmen Miranda representava a modernização das tradições afro-brasileiras (samba e baiana), nos Estados Unidos ocorre o oposto, ela incorpora o “Outro”, simbolizando uma oposição do que seriam os estadunidenses ideais, principalmente no tocante ao feminino, caracterizado na atriz (bem como em outros personagens latinos) como o tempestuoso, o animalesco e o sensual. Assim, as personagens de Carmem Miranda nunca se confundem, seja na maneira de se vestir ou de se comportar, com as outras mulheres interpretadas. Segundo Tânia Garcia,

Enquanto que no Brasil ela representava uma personagem negra branqueada, nos Estados Unidos ela é racializada como latina em representações desqualificadora, nas quais qualquer uma de suas personagens “comporta-se como um animal selvagem, arranhando e/ou mordendo seus parceiros: sua libido é descontrolada, desejando todos os homens de seu convívio (2004, p. 176).

Nos filmes realizados entre 1940 e 1945, são constituídos o povo, o gênero, as paisagens, as músicas, os sons e o nível de desenvolvimento que passaram a corresponder ao termo “latino”. As narrativas cinematográficas e os demais meios de comunicação que se articulavam foram tão eficientes, que em 1944 já não era mais necessário sequer explicar o que Carmen Miranda fazia nos filmes, bastava dizer que ela “usa mais de suas roupas espalhafatosas e faz novamente aquelas coisas latinas de sempre” (CROWTHER, *The New York Times*, 28 de setembro, 1944). A visão que se formou nos Estados Unidos era que a América Latina era o lugar da paixão, da preguiça, da leveza e do bom humor. A exuberante natureza tropical que se propunha nos meios de comunicação, promovia o Brasil como um lugar de férias permanentes, de prazer, paraíso tropical distante da civilização e do urbano, onde se esquece do trabalho, das obrigações e da razão, perfeito para romances e para aflorar instintos primitivos.

Os títulos dos primeiros filmes revelam essas situações envolvendo os latinos como uma exceção da vida diária, um estilo diferente de agir, uma noite especial, uma breve reunião de amigos ou um feriado, traduzidos literalmente seriam: Ao jeito dos argentinos (*Down Argentine Way*, 1940); Aquela noite no Rio (*That Night in Rio*, 1941); Final de semana em Havana (*Week-end in Havana*, 1941); A turma está toda aqui (*The Gang s All Here*, 1943); Feriado de primavera nas Montanhas Rochosas (*Springtime in the Rockies*, 1942). Os filmes de Carmen Miranda, ainda que ficções, constituíram práticas de leitura de um universo social e produziram em seu interior um discurso que agenciava as próprias sociabilidades culturais. O sucesso e a larga difusão de seus filmes constituíram suas personagens como símbolos do domínio cultural exercido por aquelas imagens e representações criadas, embora passíveis de diferentes leituras.

Portanto, percebemos que as personagens de Carmen foram bastante significantes em seu contexto (e ainda hoje, visto que perduram como símbolo de identidade), agenciando e mediando em certo nível “comportamentos coletivos, sensibilidades, imaginações, gestos”, identidade e política, como uma “fabricação social” de sentidos (ROCHE, 1998, p. p.34, 44). Nesse processo, a imagem de latinidade produzida no exterior foi absorvida pelos próprios latinos e brasileiros, e contribuiu “para forjar a identidade regional e (...) remodelar as atitudes políticas” (CORBIN, 1998, p.99). Conseqüentemente, os sentimentos experimentados nas telas, gradualmente passaram a caracterizar a figura de “si” (estadunidenses) e a figura do outro (latino-americanos), imprimindo uma imagem de latinidade que produz fortes ecos no século XXI.

4- As linguagens traçando identidades

O início da carreira de Carmen Miranda é marcado pela criação sobre a artista de uma imagem, uma sonoridade e formas de subjetividade ligadas ao nacionalismo e à modernidade almejadas pelo governo brasileiro da época, que mesclavam elementos da cultura popular urbana a tradições do passado, como a própria baiana. Mesclados em sua performance na indústria fonográfica e cinematográfica, estes setores eram igualmente emblemáticos da evolução tecnológica e do progresso que o país buscava, e tinham na indústria do entretenimento estadunidense um espelho do modelo a ser seguido.

Na imprensa brasileira foi possível observar a ascensão de Carmen Miranda como um símbolo do país, a como a confiança depositada em sua viagem para os Estados Unidos como uma embaixatriz da cultura brasileira e, por último, a reação sobre os papéis que assumia no cinema hollywoodiano. Embora a artista tenha participado de alguns filmes brasileiros na segunda metade da década de 1930 (1935-“Alô, Alô, Brasil”; 1935-“Estudantes”; 1936-“Alô, Alô Carnaval”; 1939- “Banana da Terra”), nas revistas *Scena Muda* e de *Cinearte* percebe-se um aumento considerável de menções à artista somente entre 1940 e 1945, período em que realizou filmes em Hollywood voltados à Política da Boa Vizinhança. Havia uma grande expectativa sobre o desempenho de Carmen Miranda nos filmes hollywoodianos, mas os interesses estadunidenses e de sua indústria prevaleceram, criando uma imagem confusa para os brasileiros que não conseguiam se enxergar em meio a macacos, bananas e morangos gigantes por entre os quais Carmen desfilava. Mas ao mesmo tempo orgulhavam-se de ter uma representante na “Meca do cinema” e em cores.

Nos Estados Unidos, os cenários e personagens “latino-americanos” dos filmes, especialmente as participações de Carmen Miranda, eram retratadas justamente sob a perspectiva do atraso. Enaltecendo deste modo, os estadunidenses que eram arquitetados sob o ideal de civilização e progresso alimentado em seu país. A relação de dualidade entre latino-americanos e estadunidenses produzida nos filmes e ressonante nas demais produções midiáticas, tem a intenção de estabelecer uma complementaridade entre os dois polos articulando uma relação de dependência principalmente intelectual, tecnológica e econômica dos primeiros para com os segundos.

A complementaridade se dá ainda no nível existencial, pois o Eu só pode existir a partir da relação com o Outro, de seu olhar, das diferenças e pela experiência do contato. Os padrões almejados para a sociedade estadunidense naquele tempo de superioridade, civilização, modernidade, progresso, eficiência e mesmo de sexualidade, só poderiam ser instituídos como uma “identidade cultural” pelo confronto com outra cultura que fosse sua antítese. Nesse contexto, a “outra cultura” era simbolizada particularmente por Carmen Miranda. Na imprensa estadunidense nota-se um reforço dos discursos produzidos nos filmes, que dialoga com a política externa da Boa Vizinhança que o país vinha estabelecendo. Ainda, a ambivalente relação entre sua auto-imagem calcada na racionalidade e eficiência e a forma como enxergavam a América Latina, politicamente incapaz e selvagem (ver: SHOHAT, 2006, p.333).

As leituras e interpretações que cercam a imagem de Carmen Miranda se apresentam dentro de uma variabilidade de sentidos, construídos “na descontinuidade da trajetória histórica” (CHARTIER, 1991, p.180) e estão diretamente relacionados a uma série de condições, de processos e da linguagem pela qual foram difundidos. Considerando que as imagens, canções e filmes de Carmen Miranda são linguagens que a veiculam desde o início de sua carreira até esse começo de século XXI, é essencial entender que a forma como podem ser apreendidas, manipuladas e compreendidas se inscreve no tempo e no espaço em que circulam, bem como seu espectador, e contribuem na formação de seus significados.

Na trajetória de Carmen Miranda, podemos observar que as canções e a performance de Carmen Miranda no Brasil foram produzidas dentro dessa matriz cultural, veiculada pelos meios que se dispunha naquele momento (rádio, discos e cinema preto e branco) e dialogando com as expectativas e experiências do público. À medida que é transportada para um outro espaço e matriz cultural, não apenas sua performance se altera, mas também os meios pelos quais circula (*Broadway*, cinema technicolor) e o lugar social que ocupa. Quando essas produções retornam ao Brasil, a recepção da década de 1940 é diametralmente diferenciada a que se tinha nos Estados Unidos. Em contrapartida, mesmo que os códigos culturais brasileiros e estadunidenses divergissem, para ambas as matrizes culturais sobressaía dos filmes, das canções, do requebrado e da figura de Carmen Miranda um discurso de identidade, que chega no século XXI atualizado e exige nova reflexão.

Desse modo, entende-se as narrativas criadas em torno de Carmen Miranda, vem sendo sequencialmente deglutidas, agenciadas e reveiculadas sob novas formas de

representação, especialmente no campo das identidades culturais, permitindo uma pluralidade de apropriações que não se limitam a indicadores do movimento histórico, mas são igualmente fatores de mudanças sociais. Deste modo, as reminiscências que nos restam de Carmen Miranda, devem ser pensadas, a partir de suas formas e de seus contextos de interconicidade, sendo possível perceber ao longo dessa pesquisa três diferentes formas de representação de Carmen Miranda, como símbolo de identidade brasileira, de modernidade e de latinidade.

5- Referências bibliográficas:

Periódicos

CINEARTE, Rio de Janeiro, v.10 n.407 p.10-11. 15 jan. 1935

CINEARTE, Rio de Janeiro, v.10 n.417 p.21. 15 jun. 1935

CROWTHER, Bosley. *Down Argentine Way* (1940). In New York Times, 18 out. 1940

CROWTHER, Bosley. *Greenwich Village* (1944). In The New York Times, 28 set. 1944.

CROWTHER, Bosley. *Something for the Boys* (1944). In The New York Times, 30 nov. 1944.

CROWTHER, Bosley. *That Night in Rio* (1941). In New York Times, 10 mar. 1941

SCENA MUDA, Rio de Janeiro, v.14 n.725 p.5. 12 fev. 1935

SCENA MUDA, Rio de Janeiro, v.19 n.973, 14 nov. 1939, verso da contracapa.

SCENA MUDA, Rio de Janeiro, v.19 n.974 p.23. 21 nov. 1939

SCENA MUDA, Rio de Janeiro, v.19 n.985 p.5. 06 fev. 1940

SCENA MUDA, Rio de Janeiro, v.20 n.1009 p.3. 23 jul. 1940

SCENA MUDA, Rio de Janeiro, v.21 n.1069 p.10. 16 set. 1941

SCENA MUDA, Rio de Janeiro, v.20 n.1042 p.20-21, 29. 11 mar. 1941

SCENA MUDA, Rio de Janeiro, v.21 n.1047 p.19. 15 abr. 1941

Filmes

PERFIS DE CARMEN MIRANDA, SUA IMAGEM E PERFORMANCE COMO
LINGUAGEM NA MODERNIDADE

ACONTECEU EM HAVANA (WEEK-END IN HAVANA). Diretor: Walter Lang, Produtor: William Le Baron. EUA. Produção: Twentieth Century Fox (colorido), 1941. DVD, 81 min, son.

ALEGRIA, RAPAZES! (SOMETHING FOR THE BOYS). Diretor: Lewis Seiler. Produtor: Irving Starr. EUA. Produção: Twentieth Century Fox (colorido), 1944. DVD, 87 min, son.

ENTRE A LOURA E A MORENA (THE GANG'S ALL HERE). Diretor: Busby Berkeley. Produtor: William Le Baron. EUA. Produção: Twentieth Century Fox (colorido), 1942. DVD, 103 min, son.

MINHA SECRETÁRIA BRASILEIRA (SPRINGTIME IN THE ROCKIES). Diretor: Irving Cummings, Produtor: William Le Baron. EUA. Produção: Twentieth Century Fox (colorido), 1942. DVD, 91 min, son.

QUATRO MOÇAS NUM JEEP (FOUR JILLS IN A JEEP). Diretor: William A. Seiter. Produtor: Irving Starr. EUA. Produção: Twentieth Century Fox (preto e branco), 1944. DVD, 89 min, son.

SERENATA BOÊMIA (GREENWICH VILLAGE). Diretor: Walter Lang. Produtor: William LeBaron. EUA. Produção: Twentieth Century Fox (colorido), 1944. DVD, 82min, son.

SERENATA TROPICAL (DOWN ARGENTINE WAY). Diretor: Irving Cummings, Produtor: Darryl F. Zanuck. EUA. Produção: Twentieth Century Fox (colorido), 1940 (2008). DVD, 88 min, son.

SONHOS DE ESTRELA (DOLL FACE). Diretor: Lewis Seiler. Produtor: Bryan Foy. EUA. Produção: Twentieth Century Fox (preto e branco), 1945. DVD, 80 min, son.

THE ALL-STAR BOND RALLY. Diretor: Michael Audley. Produtor: Fanchon. EUA. Produção: U.S. Department of the Treasury, Twentieth Century Fox Film Corporation (preto e branco), 1945. Online, 18 min, son.

UMA NOITE NO RIO. (THAT NIGHT IN RIO). Diretor: Irving Cummings. Produtor: Fred Kohlmar. EUA. Produção: Twentieth Century Fox (colorido), 1941 (2010). DVD, 90 min, son.

Livros

ADAMATTI, Margarida Maria. **A crítica cinematográfica e o star system nas revistas de fãs: A Cena Muda e Cinelândia (1952 – 1955)**. 2008. 327 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

ALTMAN, Rick. **The American film musical**. Bloomington, Indiana: Ed. Indiana University Press, 1989.

BALIEIRO, Fernando de Figueiredo. Carmen Miranda entre os desejos de duas nações: uma análise de suas personagens baiana e latino-americanas no cinema. **XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais**. Salvador, Universidade Federal da Bahia (UFBA), 2011. Disponível em: <http://www.xiconlab.eventos.dype.com.br/resources/anais/3/1308345058_ARQUIVO_artigocongressolusoafrobra.pdf>. Acesso em: 14 de março de 2012.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

BIBLIOTECA DIGITAL DAS ARTES E DO ESPETÁCULO. Disponível em: <<http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/index.html>>. Acesso em: 18 jun.2012.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa e Rio de Janeiro: DIFEL e Bertrand, 1989.

CAPELATO, Maria Helena. Propaganda política e controle dos meios de comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (organizadora). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed.Fundação Getulio Vargas, 1999. P.167-178.

CASTRO, Ruy. **Carmen: uma biografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CHARTIER, Roger. **O mundo como representação**. Estud. av. [online]. 1991, vol.5, n.11, 1991. pp. 173-191. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v5n11/v5n11a10.pdf>>. Acesso em: 16 de março de 2012.

CORBIN, Alain. Do Limousin às culturas sensíveis. In: RIOUX, Jean-Pierre; SIRINELLI, Jean-François. **Para uma história cultural**. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.

D'ARAUJO, Maria Celina. **O Estado Novo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

DIAMOND, Edwin. **Behind the Times: Inside the New New York Times**. Chicago: The University of Chicago Press, 1995.

DOUGLAS, George H. **The Golden Age of the Newspaper**. Westport, CT: Greenwood Press, 1999.

FIGUEIREDO, Priscilla Kelly. **Recônditos da beleza: as práticas corporais em Cinearte e Cena Muda**. 2007. 105 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

FRIEDRICH, Otto. **A cidade das redes. Hollywood nos anos 40**. São Paulo: Cia das Letras, 1988.

GARCIA, Tânia da Costa. **O “it” verde e amarelo de Carmen Miranda**. São Paulo: AnnaBlume; Fapesp, 2004.

GIL-MONTERO, Martha. **Carmen Miranda, a Pequena Notável**. Trad. Tati de Moraes. Rio de Janeiro: Record, 1989.

GOMES, Paulo Emílio Sales. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Trad. José Eduardo Rodil. (Digitalizado por SOUZA, R.). Lisboa, Ed.70, 2007.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia- estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Trad. Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KERBER, Alessander. **O que é que a bahiana tem? Representações da Nação Brasileira nas Canções Interpretadas por Carmen Miranda na Década de 30**. Dissertação (Mestrado em História)- Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. Programa de Pós-Graduação em História. São Leopoldo, 2002. 155 p.

_____. **Representações das identidades nacionais argentina e brasileira nas canções interpretadas por Carlos Gardel e Carmen Miranda (1917-1940)**. Tese (Doutoramento em História)- Universidade Federal do Rio Grande do Sul- UFRGS. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em História. Porto Alegre, 2007. 311p.

KOSELLECK, Reinhart. **Futuro Passado. Contribuições à semântica dos tempos históricos**. Rio de Janeiro: Editora PUC/Rio, 2006.

LINO, Sônia Cristina. **Projetando um Brasil moderno. Cultura e cinema na década de 1930**. **Locus: Revista de História**, Juiz de Fora, v. 13, n. 2, p. 161-178, 2007. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/locus/files/2010/02/95.pdf>>. Acesso em: 03 de abril de 2011.

LUCAS, Taís Campelo. **Cinearte: o cinema brasileiro em revista (1926-1942)**. Dissertação de mestrado. Instituto de Ciências humanas e Filosofia, UFF: Niterói, RJ, 2005.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. Trad. Lauro Antônio; Maria Eduarda Colares. Portugal, Lisboa: DINALIVRO, 2005.

MENDONÇA, Ana Rita. **Carmen Miranda foi a Washington**. Rio de Janeiro: Record, 1999.

METZ, Christian. **A significação no cinema**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1977.

MOURA, Gerson. **Estados Unidos e América Latina**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1991.

_____. **Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

PINSKY, Carla Bassanezi; LUCA, Tânia Regina de. **O historiador e suas fontes**. São Paulo: Contexto, 2009.

ROCHE, Daniel. Uma declinação das luzes. In: RIOUX, Jean-Pierre; SIRINELLI, Jean-François. **Para uma história cultural**. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Crítica da imagem eurocêntrica: multiculturalismo e representação**. São Paulo: Cosac & Naify 2006. 528 p.

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. P.73-87.

THE NEW YORK TIMES. The New York Times Article Archive. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/ref/membercenter/nytarchive.html>>. Acesso em: 18 jun.2012.

TOTA, Antônio Pedro. **O Imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.