

Capítulo 2 – De noite embalamos teu sono, de manhã vamos te acordar

Ao nos aproximarmos dos eventos em que Carmen Miranda esteve presente nos anos iniciais de sua carreira, pudemos perceber que ela não era mais, em 1932, uma simples aspirante à cantora – pois estava plenamente inserida no circuito musical carioca do período. Até aquele momento, no entanto, tratava-se somente de um sucesso local, que a fazia reconhecida por entre o público da cidade do Rio de Janeiro. Cabe, por isso, investigar o desenrolar dessa popularidade nos anos subseqüentes ao furor que envolveu o sucesso de “Tai”, de modo a compreender a transformação de uma cantora de sucesso no circuito cultural carioca em uma verdadeira estrela nacional – em movimento que tem seu auge em meados da década de 1930, quando sua popularidade daria um novo salto.

Significativo, a tal respeito, era uma matéria publicada no dia 16 de janeiro de 1936 pelo Diário de Notícias. Com o objetivo de divulgar um filme brasileiro recém-lançado, seu autor fazia questão de ressaltar a participação nele de Carmen e sua irmã, Aurora Miranda:

“Carmen e Aurora Miranda tomam parte do elenco de *Alô, Alô, Carnaval*, o grande filme brasileiro de 1936, que o Alhambra vai exhibir segunda-feira.”¹

Através da chamada da película, percebemos que o nome de Carmen Miranda estava já envolvido em um novo circuito cultural: o cinema. Tratava-se, no caso, de um filme produzido pelo norte-americano Wallace Downey, que havia sido enviado ao Brasil em 1928, pela produtora Columbia Records, para instalar

¹ Diário de notícias, 16 de janeiro de 1936. p. 8

em São Paulo uma filial da companhia. Para isso, o produtor dá forma a uma verdadeira superprodução para os padrões brasileiros de cinema. Cuida, em primeira mão, de definir para o filme um tema capaz de atrair o interesse do público brasileiro: o carnaval, que serviria de pano de fundo de suas gravações². Além disso, preocupa-se em escolher artistas que eram, em sua maioria, da estação de rádio mais famosa do momento – a radio Mayrink Veiga, da qual a própria Carmen Miranda já fazia parte. Seu cenário, por fim, reproduzia o salão musical do Cassino Atlântico – em um momento no qual os cassinos, locais freqüentados pelas elites locais³, passavam a incorporar em sua programação números musicais ligados ao samba e ao carnaval. Ao aparecer como uma das estrelas da produção, Carmen Miranda via reconhecida, no filme, a projeção que conquistara no circuito cultural carioca.

Sua participação na película se dá, no entanto, em dois números musicais: “Querido Adão”⁴, uma marchinha de Benedito Lacerda e Oswaldo Santiago e “Cantoras do rádio”, de Lamartine Babo, Braguinha. Cantada em dueto com sua irmã Aurora Miranda, a última canção possuía os seguintes versos:

“Nós somos as cantoras do rádio
 Levamos a vida a cantar
 De noite emabalamos teu sono
 De manhã nós vamos te acordar
 Nós somos as cantoras do rádio
 Nossas canções, cruzando um espaço azul,
 Vão reunindo
 Num grande abraço
 Corações de norte a sul Canto pelos espaços afora

² Cf Ruy CASTRO. Op. Cit., p.117.

³ Os cassinos eram locais luxuosos que eram centros de entretenimento no Rio de Janeiro. Muitas pessoas freqüentavam após o trabalho o *grill* – parte da entrada, onde se bebia e se comia – e outras tantas ficavam para os shows. Carmen Miranda se apresentou diversas vezes no Cassino da Urca que passou por uma importante reforma em 1936. Sobre sua inauguração a revista *O Cruzeiro* em 22 de fevereiro de 1936 relata: “A inauguração do novo grill room do Cassino Balneário da Urca constituiu um dos maiores e mais brilhantes acontecimentos da temporada carnavalesca do ano. Instalações luxuosas, temperatura amena, mantida graças ao mais perfeito sistema de refrigeração ainda introduzido em nosso meio, o ambiente do Cassino da Urca, debruçado sobre o mar é um dos lugares de eleição para as festas do tríduo de Momo e do sábado gordo.” In: *Cruzeiro*, 22 de fevereiro de 1936. Sobre os cassinos conferir Ruy CASTRO, Op. Cit.

⁴ A canção tinha a seguinte letra: “Adão, meu querido Adão/todo mundo sabe que perdeste o juízo/Por causa da serpente tentadora/o Nosso Mestre te expulsou do paraíso/Mas em compensação o teu pobre coração/que era pobre, pobre, muito pobre de amor/cresceu e eternizou, meu Adão/o teu pecado encantador”. Disponível em <<http://ims.uol.com.br/>> Acesso em 23/06/2011.

Vou semeando cantigas
 Dando alegria a quem chora
 Canto pois sei
 Que a minha canção
 Faz estancar a tristeza que mora
 No teu coração
 Canto pra te ver mais contente
 Pois a ventura dos outros
 É a alegria da gente
 Canto e sou feliz só assim
 E agora peço que cantem
 Um pouquinho pra mim”

A marchinha cantada pelas irmãs Miranda não só tenta fazer uma espécie de síntese do momento vivido por ambas, como nos fornece elementos para pensar em como caminhava o processo de popularização de Carmen no meio da década. Podemos perceber, de início, que a canção atribui para os cantores populares uma aura de profissionalismo, distante do universo da malandragem comumente associado aos primeiros sambistas. Além disso, essa musicalidade aparecia como algo onipresente na vida cotidiana dos possíveis ouvintes: presente desde a hora de dormir até o despertar, a música sugere que o rádio era já um instrumento ativo na vida cotidiana dos ouvintes - o que nos deixa perceber a importância que esse novo meio de comunicação adquiria no período. De uma cantora restrita ao espaço da festa, Carmen se afirmava assim como uma estrela onipresente, capaz de ocupar todas as esferas da vida cotidiana.

Segundo a letra da música, a via pela qual essa transformação ocorre é o rádio, que através de suas ondas era capaz de levar o som de cantoras como Carmen Miranda aos locais mais distantes. No sexto verso da canção, ela narra o alcance que pode ter tal produto, que de norte a sul, torna as canções cada vez mais conhecidas. Esse fator amplia o número de possíveis admiradores da música e dos artistas que estavam na Capital Federal, o que permitia que suas carreiras alcançassem um novo patamar. De acordo com os seus versos, o sujeito desse processo seria o próprio rádio – o que aparentemente parece corroborar explicações sobre o processo de popularização de cantoras como Carmen Miranda já discutidas no capítulo anterior.⁵ Ainda assim, o fato de que a divulgação dessa música se desse não através do próprio rádio, mas de um novo meio de divulgação

⁵ Bryann McCann. Op.Cit.

cultural que apenas começava a mostrar sua força – o cinema – sugere que seriam novamente mais complexos os processos de popularização da cantora em meados da década de 1930.

É o que mostrava, em julho de 1935, uma matéria publicada na revista Vida Doméstica, que descreve a figura de Carmen Miranda:

“A pequena notável, a garota que açúcar na voz, a rainha da música popular brasileira, a bam-bam-bam das marchinhas nacionais, a campeã das gravadoras de discos, a deusa da “broadcasting” carioca; não é preciso dizer mais, todo mundo sabe que Carmen Miranda é isso tudinho”.⁶

A reportagem apresenta Miranda em meio a um balanço sobre os locais em que sua personalidade esteve em evidência, o que demonstrava tratar-se de uma cantora já consagrada em seu gênero. Além dos habituais circuitos do carnaval, do disco e da música popular, a nota aponta, no entanto, para outro elemento que ajudava, então, a potencializar sua popularidade: as transmissões do rádio – que se mostravam capazes de transformar a “rainha” da música popular brasileira em verdadeira “deusa”, que pairava no ar sobre os ouvintes.

Para além do universo carnavalesco, ela já se destacava assim, em 1935, como estrela do novo meio de comunicação. Não era de se estranhar, por isso, que tenha se tornado uma grande atração da indústria cinematográfica em expansão. Com sua imagem veiculada através do cinema e sua voz sendo transmitida pelas ondas da rádio, a intérprete indiscutivelmente extrapolara o alcance local dos circuitos de comunicação através dos quais surgira na arena pública carioca.

Tentar entender a contrapelo a lógica e o sentido desse processo, tomado por muitos autores como explicação única para a criação de sua lenda, é, por isso, o objetivo deste capítulo.

⁶ Vida Doméstica, Julho de 1935.

Uma cantora do rádio

Se em 1935 Carmen Miranda era apresentada pela imprensa como a “deusa” do rádio, ela iniciou sua participação nesse veículo também de forma discreta. A programação radiofônica era divulgada na grande imprensa com uma regularidade diária, de modo a informar aos leitores o que poderiam ouvir no novo meio transmissor de informações. Em janeiro de 1931, por exemplo, o jornal O Globo informava a seus leitores que

“O Programa do Radio Club do Brasil (onda de 320 metros) só tem interesse real para os amadores da radiofonia a partir das 21 horas e 15 minutos, quando no Studio do club será executado o programa Stromberg Carlson – programa de músicas populares, com o concurso da senhorita Carmen Miranda, Srs. Josué de Barros, Francisco Alvez, Patrício Teixeira e Alberto Barros, oferecido aos ouvintes da Radio Club, pelos Srs. G. H. Geeds Comp. Limt.⁷

Nesse momento, Carmen Miranda era ainda anunciada em meio a diversos outros cantores. Ainda assim, o fato de que o autor da nota reconhecesse como o destaque da programação radiofônica um programa composto justamente por cantores que, como ela, interpretavam as tais “músicas populares”, sugere que foi este o caminho de sua entrada no novo veículo de comunicação. De fato, a atração principal da rádio, segundo o jornalista, era o programa do qual a intérprete fez parte. Essa divulgação demonstra que esse meio de comunicação se valeu da aproximação de cantores de sucesso, como Carmen, para conquistar um público ouvinte.

A programação da Rádio Clube do Brasil sugere que, no início da década de 1930, a rádio já assumia certa organização, com uma programação organizada o bastante para ser noticiada pela grande imprensa. O rádio brasileiro estava ainda, no entanto, em processo de consolidação, e só com o passar do tempo suas estações viriam a se definir de modo mais estável. Essa definição ocorreu a partir

⁷ O Globo, 05 de janeiro de 1931. p. 7.

do decreto-lei baixado pelo governo-federal em 1º de março de 1932, que permitia a propaganda em rádio. Esse decreto possibilitou às emissoras estabelecer uma programação fixa e pagar os profissionais que nelas se apresentavam.⁸ Tal fato contribuiu para a formação um elenco particular e a consolidação de um caráter específico para cada uma das estações.⁹

Como estrela em ascensão, Carmen Miranda seria parte ativa deste processo. Em agosto de 1932, poucos meses após o decreto, seu nome já era veiculado por outra emissora: a Rádio Mayrink Veiga, que divulgava sua programação em uma nova coluna diária do Jornal do Brasil intitulada “Radiotelefonía”:

“Radio Sociedade Mayrink Veiga (onda de 360 metros) – Programa para hoje:

Das 14 às 15 horas – Serviço Público

Das 15 às 16 horas – Discos Variados

Das 19 às 21 horas – Serviço Público

Das 21 às 23 horas e 30 minutos – Programa de música popular em seu Studio com o concurso das seguintes artistas: Nely Morel, Stas. Carmen Miranda e Victoria Bridi, Lucilla Noronha. Srs. Mauricio Joppert, Patricio Teixeira, Tito Soza, (...) , e Lamartine Babo.

Das 23:30 às 24 horas – Serviço Público”.¹⁰

Nota-se, em tal programação, a manutenção de um padrão já definido antes pela Radio Club do Brasil. Mais uma vez, o programa que merecia maior destaque era aquele que envolvia os cantores da chamada música popular. Colocada entre muitos cantores da época, Carmen não recebeu novamente nenhum destaque especial, figurando entre outros nomes de destaque do universo

⁸ Cf Lia CALABRE. “O rádio e o Estado” IN O Rádio na sintonia do tempo: radionovelas e cotidiano (1940-1946). Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2006.

⁹ Lia Calabre dedica uma parte de seu livro à legislação radiofônica regulamentada em 1932 pelos decretos nº 20.047 e 21.111, de 27 de maio de 1931 e 1º de março de 1932. Diz ela: “Esses decretos regulamentavam, de forma detalhada, o funcionamento técnico e profissional do setor radiofônico. A principal contribuição da legislação para o desenvolvimento do setor foi a transmissão de propaganda comercial.” Cf. Lia CALABRE, A Era do Rádio. Op.Cit., p. 19.

¹⁰ “Radiotelefonía”. Jornal do Brasil, 10 de agosto de 1932. p. 13.

da música popular carioca – como o músico patrício Teixeira e o compositor Lamartine Babo. Nesse momento, intérpretes como Carmen Miranda já tinham popularidade o bastante para receber por suas aparições. Segundo Ruy Castro, os convites para ela participar de programas vinham de Valdo Abreu, que fazia o “Esplendido Programa”, na Mayrink Veiga desde o sucesso de “Taí”. Junto com Francisco Alves, Carmen receberia um dos maiores cachês do período, no valor de 50 mil-réis por apresentação – oriundo das rendas publicitárias da estação.¹¹ Tal remuneração indica a importância do programa de que Carmen e os outros intérpretes participavam dentro da grade de programação da rádio, na qual ocupavam o horário nobre.

Embora o nome de Carmen fosse, a partir de então, associado a essa estação de rádio, ela, como os outros cantores que faziam parte do programa, não possuía de início um contrato de trabalho. Em julho de 1935, no entanto, essa situação parecia ter se modificado. A revista *Vida Doméstica* promoveu, naquele mês, uma entrevista com uma artista de cada rádio. Carmen Miranda foi a escolhida para representar a Rádio Sociedade Mayrink Veiga. Durante a entrevista ela situa sua inserção no universo das rádios de maneira já bem restrita:

*“Radio Sociedade Mayrink Veiga: ‘Para que estações tem trabalhado?’,
Carmen Miranda: ‘Mayrink Veiga, só’”*¹²

A intérprete se anunciava, assim, como cantora exclusiva da rádio supracitada. Isso indica uma possível concorrência entre as empresas radiofônicas, que já passavam a ver nesses intérpretes um meio de alcançar o maior mercado de ouvintes. Tal movimento sugere que os empresários das rádios escolheram aqueles que já eram sucesso para compor o elenco de sua emissora. Assim, artistas como Carmen Miranda eram os que garantiriam a boa repercussão de determinadas rádios. A escolha pela exclusividade de Carmen se deve, desse modo, ao sucesso alcançado em momento anterior ao rádio.

¹¹ Cf. Ruy CASTRO, op. cit.

¹² *Vida Doméstica*, julho de 1935.

Antes mesmo de iniciar a entrevista com as artistas do rádio, o autor da mesma reportagem faz suas considerações a respeito da importância que via no rádio brasileiro neste período:

“O rádio, pelo seu maravilhoso poder de penetração nos rincões mais afastados do mundo, passou a ser uma distração mais generalizada do que o teatro e o cinema; já pela sua vulgarização na maioria das habitações modernas, já pela sua adaptação em todos os recantos que a eletricidade favorece ao homem com as suas vantagens.

(...) Com o rádio, podemos desfrutar todos esses prazeres sem sair de casa, refastelados em uma ‘chaise-longue’ confortável, metidos em um pijama leve, recostados em almofadas macias. E assim pode o homem civilizado das grandes cidades, ou o agricultor rústico dos sertões longínquos, ouvir as mais variadas e interessantes matérias e músicas do mundo”¹³

O autor da reportagem começa exaltando aquilo que considerava mais vantajoso no novo meio de comunicação: a capacidade de difusão da rádio. Segue seu discurso enaltecendo-a como um instrumento de lazer e comunicação mais eficaz do que o teatro e o cinema, pelo fato de não obrigar o espectador a sair de casa para obter informações e consumir cultura. Além disso, ressalta ele, a eletricidade permitia que o aparelho fosse instalado em locais longínquos, o que contribuía para aumentar e diversificar seu público ouvinte. O que a rádio proporcionava, segundo o apresentador da nota, era o conforto. De pijamas, em sua poltrona, na cidade e no campo qualquer pessoa poderia desfrutar do que era transmitido. Dessa forma, mostrava ver no rádio um elemento agregador, pois o ouvinte de qualquer localidade poderia estar envolvido com as novidades mundiais.

Se no meio de 1935 a rádio foi apresentada dessa maneira pelo autor da reportagem, seu formato nesse momento foi também fruto de um processo. Entre experimentações e tentativas, a rádio brasileira passou por mudanças até se consolidar tal como o autor da nota sugere. Em seus passos iniciais, a rádio como um serviço de transmissão regular surgiu em 1920, nos Estados Unidos. No Brasil, a primeira demonstração pública de uma transmissão radiofônica

¹³ Idem.

aconteceu no dia da inauguração da Exposição Internacional em 1922¹⁴. Lia Calabre reconstrói a história da rádio no Brasil e conclui que “aquela era, segundo um cronista da época, a oportunidade de mostrar ao mundo um país moderno.”¹⁵ A primeira rádio brasileira foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que tinha finalidades estritamente culturais e educativas.¹⁶ A dificuldade financeira e o baixo número de aparelhos receptores fez, inicialmente, com que muitas emissoras fracassassem e poucas pessoas tivessem o aparelho de rádio em casa. Foi somente no governo de Getúlio Vargas que se optou pela adoção de uma variação do modelo norte-americano de radiodifusão, de modo a afirmar o rádio como uma prática comercial sem abrir mão de seu papel educativo. A partir de então, a rádio se aproximou efetivamente dos interesses de seu público potencial, afirmando-se como um meio potente de difusão de ideias e produções culturais.¹⁷

Exemplar, a tal respeito, é o caso da Radio Sociedade Mayrink Veiga – cuja programação anunciada para uma sexta-feira, dia 4 de julho de 1935, mostrava que nem só pela força do Estado se solidificou o novo meio de comunicação:

“Das 6:20 às 8:10 – Duas aulas de ginástica com música
 Das 8:15 às 8:45 – Informações
 Das 11 às 13:00 – Programa das donas de casa
 Das 15 às 16:00 – Discos
 Das 16 às 18:45 – Discos
 Das 18:45 às 19:00 – Quarto de hora educativo
 Das 19:30 as 20:00 – Programa Nacional
 Das 20 às 23:00 – Programa de Studio”¹⁸

¹⁴ O Correio da Manhã noticiou no dia 7 de setembro de 1922 a Exposição Nacional e a reação das pessoas ao ouvir a voz que saía do rádio: “uma voz bem timbrada, forte, voz de barítono, gritava em inglês bem claro, ninguém sabia de onde: One!Two! Three! Four! Etc. Até dez. Os olhos voltavam-se de um lado para o outro. Enfim descobriu-se, era o telefone alto-falante há tanto anunciado ao povo carioca.” Apud Lia CALABRE. “O rádio e o Estado” In: O Rádio na sintonia do tempo: radionovelas e cotidiano (1940-1946). Op.Cit. p. 38.

¹⁵ Idem. Ibidem. p. 37.

¹⁶ Como as rádios não tinham, inicialmente, de onde extrair recursos financeiros para colocar seus programas no ar, as estações de rádio surgiam como rádio-sociedade. As estações previam nos seus estatutos a existência de associados com obrigação de colaborar com uma determinada quantia mensal. Essa era a principal, quando não era a única, fonte de renda das emissoras. Cf. Lia CALABRE A Era do Rádio. Op. Cit. p. 19.

¹⁷ Cf Lia CALABRE. O Rádio na sintonia do tempo: radionovelas e cotidiano (1940-1946). Op. Cit.

¹⁸ Jornal do Brasil, 4 de julho de 1935.

A diferença entre o perfil da programação daquele ano e aquele apresentado três anos antes demonstra que a rádio já estava bem mais estruturada, com uma programação que durava o dia inteiro. Tal programação parecia se voltar para o público que poderia encontrar em determinadas horas – como mostra o caso da programação matutina, voltada basicamente para as donas de casa. Através do rádio, as ouvintes podiam fazer aulas de ginástica e obter informações sem precisar sair de casa, cumprindo suas obrigações domésticas.

Após o momento direcionado especificamente a elas, que ocupava 2 horas da grade, a parte da tarde era preenchida com música. O programa que dominava maior espaço na grade era aquele feito no estúdio com os cantores de prestígio como Carmen. Ao compararmos a programação da emissora supracitada em 1932 e em 1935, podemos assim identificar que os momentos destinados aos serviços públicos foram desaparecendo paulatinamente, e sua programação era quase toda preenchida por programas de música. A mudança na programação da rádio Mayrink Veiga demonstra que, na contramão dos intuitos pedagógicos diretos, as estações de rádio que fizeram mais sucesso foram aquelas que buscaram agradar seu público. Não por acaso a estação Mayrink Veiga – que, inaugurada em 1926, buscava desde o início conquistar ouvintes de variadas camadas sociais – tornou-se a campeã de audiência na década de 1930, só tendo perdido a liderança de audiência com o aparecimento da Rádio Nacional (fundada no final da mesma década).¹⁹

A partir dessa lógica, estruturou-se uma concorrência entre as diferentes emissoras de rádio que chegou mesmo a ser tematizada pelos cantores que garantiam seu sucesso. Uma música que teve sua letra escrita por Lamartine Babo foi gravada em julho de 1933, e lançada em agosto do mesmo ano²⁰. Como intérpretes, além do próprio compositor, apareciam três grandes cantores, cada um associado a uma rádio diferente: Carmen Miranda, Almirante e Mario Reis, todos identificados por suas iniciais:

“LB - Antigamente eu banquei estação de águas
Hoje guardo as minhas mágoas num baú de tampo azul
Já fui fraquinha, mas agora já estou forte

¹⁹ Cf. Lia CALABRE, op. cit. p. 22.

²⁰ Música de Lamartine Babo, conferir <<http://ims.uol.com.br/>> Acesso em 24 de junho de 2011.

Sou ouvida lá no Norte, quando o vento está no Sul
Transmite PRA-C (CCCC) Transmite PRA-C (CCCCC)

MR - Eu sou a Philips do samba e da fuzarca
Anuncio qualquer marca de trombone ou de café
Chega na hora do apito da sirene, grita logo a Dona Irene
Liga o rádio e vem "Cá... Zé
Transmite PRA-X (XXXX) Transmite PRA-X (XXXXXX)

CM - Sou a Mayrink popular e conhecida
Toda a gente fica louca, sou querida até no hospício
E quando chega sexta-feira, hein! Dona Clara
Saí até tapa na cara, só por causa do Patrício
Transmite PRA-K (KKKK) Transmite PRA-K (KKKKKK)

LB - Sou conhecida aos quatro cantos da cidade
Sou a Rádio Sociedade, fico firme, agüento o tranco
Adoro o clássico, odeio a fuzarqueira
Minha gente fui parteira do Barão do Rio Branco
Transmite PRA-A (AAAA) transmite PRA-A (AAAAAA)

A - Sou Rádio Clube, eu sou é home minha gente
Francamente sou do esporte, futebol me põe doente (gol!)
No galinheiro, se irradio para o povo,
cada gol que eu anuncio a galinha bota um ovo
Transmite PRA-B (BBBB) Transmite PRA-B (BBBBBB)”

A canção foi registrada como cateretê. Com um ritmo mais lento do que as marchas-carnavalescas, cada cantor era responsável por interpretar uma estrofe. Cada estrofe representava uma das cinco rádios existentes no Rio de Janeiro daquele ano. Os artistas passam a personificar as suas rádios e assumem com isso a sua personalidade. Isso demonstra que é a partir do prestígio desses artistas que as rádios se consagravam. Através da descrição do perfil de cada emissora podemos compreender que o sucesso da rádio mais ouvida foi consequência, justamente, do grupo de cantores que compunham seus quadros regulares. A Rádio Sociedade Mayrink Veiga era na ocasião a de maior audiência. Não por acaso, Carmen Miranda foi a escolhida para personificar a rádio na canção. Como contratada da emissora, ela parecia se destacar dentre os outros artistas também contratados. O que garantia, de saída, seu sucesso era o tipo de música por ela representado. Na busca por focar os pontos que identificassem imediatamente o ouvinte com a rádio apresentada, o autor possivelmente privilegiou a programação de maior sucesso dentro de cada estação para conferir sentido a tal momento. É a partir do adjetivo “popular” que a rádio foi identificada, isso ocorre porque

buscavam no gosto já difundido na cidade do Rio de Janeiro – através do processo analisado no capítulo anterior – alcançar o seu prestígio.

O sucesso dessa estratégia podia ser notado no dia 6 de dezembro de 1936, quando era veiculada uma propaganda da Rádio Mayrink Veiga através do jornal Diário de Notícias. O anúncio ocupava uma página inteira do jornal comunicando ao leitor que a emissora comprara uma estação transmissora maior, ou seja, sua antena contemplaria locais mais distantes. Ao longo da redação da nota, o autor relata:

“Um dia, um carioca cheio de perspicácia resolveu crisma-la. Deu um nome justo, feito como uma luva: “A Mayrink Veiga é a estação dos astros.
(...)”

Há certas coisas que nunca é demais repetir-se. A explicação de que a Mayrink é a estação dos astros figura neste rol. Esta explicação podemos da-la aqui. É necessário apenas uma vista retrospectiva sobre os nomes que integram o *cast* daquela emissora. São nomes que estão na memória de todos os afeiçoados do rádio nacional. Tem um público enorme. Os seus *fans* contam por milhares. As suas fotografias estão constantemente em destaque nas páginas dos jornais.”²¹

Esta propaganda constrói um perfil para a emissora de rádio da qual Carmen fizera parte, que atesta sua popularidade.²² De fato, o nome da emissora aparecia com frequência nos jornais, e como escreveu Lamartine, essa era a estação mais ouvida do momento. O motivo para isso era, porém, aos olhos do redator da nota, muito claro. Se muitas eram as rádios que tentavam chamar a atenção do público, a Mayrink Veiga se destacava justamente por ser a “estação dos astros”. É assim o elenco de cantores da rádio que garantiria, segundo o redator, sua grande popularidade.

Note-se, porém, que não era qualquer tipo de cantor que poderia, àquela altura, atrair tanto público para uma rádio. Se a propaganda não nomeia quem são

²¹ Diário de Notícias, 6 de dezembro de 1936. p.10.

²² Carmen Miranda teve uma breve passagem pela Rádio Tupi de Assis Chateaubriand. Foi contratada junto com Aurora, sua irmã, para atrair ouvintes para a nova emissora. A imprensa fez matérias sobre a chegada das duas à rádio: “constitui um êxito sem precedente a estréia das irmãs Carmen e Aurora Miranda na Rádio Tupi, em 1º do corrente, quando as cantoras de música popular irradiam as primeiras canções do próximo carnaval.” In Cruzeiro, 12 de dezembro de 1936. Segundo Ruy Castro, Carmen foi contratada pela quantia de cinco contos de réis mensais e luvas não reveladas. Em novembro de 1937 a rádio Mayrink Veiga recontratou Carmen por seis contos de réis e mais luvas também não reveladas. Cf. Ruy CASTRO, op. cit. p. 143-151.

os seus astros, indicando apenas que a rádio “contou sempre no seu conjunto de estúdio com as vozes mais bonitas e mais queridas da cidade maravilhosa”²³, não seria difícil para um contemporâneo identificar quem seriam esses astros aos quais se fazia menção: os cantores de samba que, junto com Carmen Miranda, integravam o elenco da Mayrink Veiga, que já possuíam inclusive vínculos empregatícios com ela. É o que atestava a continuidade da nota:

“Sem exagero pode-se afirmar que a cidade conheceu o morro e a beleza das suas músicas, prenes de ritmos doces, por causa da ‘estação dos astros’. Hoje o samba está nos salões. A gente da melhor sociedade sabe os seus compassos, onde existe a saudade das raças do Brasil primitivo. É dançando nos salões. É pedido pela platéia nos teatros. Civilizou-se também.”²⁴

Era por representarem a musicalidade popular, ligada aos circuitos culturais da cidade do Rio de Janeiro, que o elenco da rádio teria, aos olhos do redator, tanto destaque. Ao defender tal idéia, ele dá forma a vários elementos cristalizados pela historiografia em momento posterior. Já de início, definiu um local de origem para o samba: o morro. Definiu ainda o meio pelo qual essa música alcançou a população da cidade: a rádio Mayrink Veiga – que patrocinou a tarefa de divulgar e propagar a música que, segundo o jornalista, era própria de uma região restrita da cidade. Como uma estratégia de persuasão, definiu ainda os sujeitos desse evento: seus astros. Com o intuito de impressionar, o jornalista responsabiliza a rádio e seu sucesso por uma relação causal direta que a primeira vista faz todo o sentido. Com sujeitos determinados, a rádio aparece como responsável por “civilizar” a música, ou seja, levá-la aos salões. Essa seria assim, uma versão palatável do universo musical no qual Carmen se formou. Por fim, inscreve a rádio em um processo de recuperação daquilo que é a origem do país. O samba aparece como remanescente de um Brasil primitivo que atingiu os salões através das ondas radiofônicas.

Em meio a esse processo, defina-se para o próprio samba que fazia sucesso nas rádios, como aqueles cantados por Carmen Miranda, um perfil particular. Não

²³ Diário de Notícias, 6 de dezembro de 1936. p.10.

²⁴ *Idem*.

por acaso, uma das canções propagadas por esse veículo através da voz da intérprete foi “Cuíca, Pandeiro, Tamborim...”, de autoria de Custódio Mesquita²⁵:

“Cuíca, pandeiro, tamborim, violão...
 Meu bem, não preciso de mais nada (juro que não)
 para fazer a marcação
 Cuíca, pandeiro, tamborim, violão...
 Ora meu bem que o samba tá formado
 bem formadinho
 dentro de meu coração
 Quem tiver dois corações, ai, me faça presente de um
 qu'eu já fui dona de dois e hoje não tenho nenhum
 Quando o samba tá formado na roda da malandragem
 quem tem a perna mais firme sempre leva mais vantagem
 Ai! o samba é meu amor, o samba é minha alegria
 e se não existisse o samba como é que eu viveria”

Composta em 15 de março de 1936, esta música recebeu, em seu registro, a designação de “samba”. Ela possui uma acentuada batucada ao fundo, e forte ênfase no ritmo. Se a rádio transmitia a melodia cantada por Carmen, sua letra sugeria a receita para compor o que era considerado um bom samba. Este aparece na letra como resultado da combinação de quatro instrumentos – cuíca, pandeiro, tamborim e violão – que produzem a marcação do ritmo. Tal formação reuniria instrumentos de diferentes origens, e não apenas os de percussão relacionados em primeiro momento ao ritmo africano. Nessa direção, o autor colabora com a construção da ideia de que o samba é fruto de uma mistura, e transmite isso através da canção. Custódio Mesquita define nessa letra o que considera fundamental para se fazer um samba, e Carmen Miranda, sua intérprete, incorpora a receita e contribui para divulgá-la. Consolidava-se assim um ritmo que vinha sendo gestado desde ao anos anteriores – que ganhou, através do rádio, um perfil muito mais preciso, palatável para diferentes tipos de público.

Evidenciava-se, assim, o sentido do notável aumento de popularidade propiciado a Carmen Miranda pela atuação no rádio. Através do novo veículo, ela pôde dar uma forma mais acabada a um processo que vinha construindo desde os anos anteriores – tornava-se intérprete privilegiada de um ritmo com o qual

²⁵ Música de Custódio Mesquita. <http://ims.uol.com.br/> Acesso em 24/06/2011.

podiam se identificar tanto um trabalhador rural quanto um funcionário público da cidade ou um homem das elites urbanas. Se a rádio nesse momento permitia que diferentes tipos sociais compartilhassem de uma mesma informação – notícias, músicas, programas – o sucesso de cantoras como Carmen Miranda no novo veículo de comunicação ligava-se à sua capacidade de atingir, com uma mesma musicalidade, diferentes públicos. Por mais que cada sujeito pudesse compreender e apreciar suas músicas de maneiras diversas, que levassem em conta suas realidades e redes culturais específicas, todos juntos ajudavam, com isso, a transformar Carmen em uma estrela que já extrapolava em muito o universo dos foliões carnavalescos, dos consumidores de discos ou dos espectadores do teatro de revista. Foi através da força simbólica de estrelas como ela que as rádios constituíram seu sucesso.

A trajetória de Carmen Miranda indica, assim, a existência de uma forma de relação peculiar entre as estrelas do rádio e seu público. Certamente o advento da rádio colaborou para criar, entre sujeitos diversos, um repertório comum de signos, capaz de garantir a popularidade de certos cantores e apresentadores. Tal processo só foi eficaz, no entanto, pela atuação de cantores que, como Carmen, mostraram-se capazes de representar essa delicada articulação de gostos e culturas, na constituição de um produto musical palatável para esses diferentes tipos de ouvinte. A trajetória de Carmen sugere por isso que, longe de ter a força de criar unilateralmente seu público, o rádio se apresentou no meio da década de 1930 como mais um espaço de embates e conflitos entre tradições diversas - a partir do qual tiveram sucesso exatamente os que, como ela, conseguiram se aproveitar da possibilidade de criação e articulação de identidades propiciada pela radiodifusão.

Uma estrela brasileira

Não foi só através do rádio, no entanto, que se articulou a imagem de Carmen Miranda ao longo daquele período. Além do sucesso radiofônico, que levava sua voz aos ouvintes das mais diversas localidades, outros fatores ajudaram

na consolidação, para a cantora, da imagem de “rainha da música popular brasileira” para ela definida em 1935 pelo redator da revista Vida Doméstica²⁶. É o que nos deixa ver o próprio jornalista, na continuação da reportagem sobre o sucesso da cantora:

“Embaixatriz da música genuinamente brasileira ela tem feito várias viagens pelo Brasil e pela Argentina, aumentando em cada uma delas o número infinito de seus admiradores. A sua gesticulação graciosa e original, o timbre melodioso de sua voz, o ritmo gostoso que ela põe na cadência das músicas que canta grangearam-lhe o título de intérprete n.1, da música brasileira.”²⁷

A nota dá a ver outro campo de atuação profissional que Carmen Miranda passava então a ocupar: as excursões internacionais. De fato, desde 1933 a intérprete viajava todos os anos em excursão à Buenos Aires para cantar como contratada de rádios locais. Embora só tenha ido regularmente a partir desse ano, ela esteve a primeira vez na capital Argentina no ano de 1931, levando o sucesso de “Taí”. Viajou como vencedora de um concurso promovido pela marca de remédios Untisal – indicado em caso de reumatismos – para se apresentar três vezes por semana na Rádio Excelsior durante um mês. Miranda embarcou no dia 30 de outubro e retornou ao Rio de Janeiro dia 4 de dezembro.²⁸

Naquele momento, a revista Vida Doméstica noticiou a volta da cantora de lá sem maiores detalhes:

“A Victor está de parabéns com o regresso de sua excursão artística a Buenos Aires da festejada cantora Carmen Miranda, que ao lado de outros artistas de real valor tem gravado para a grande fábrica “Victor” os discos de maior sucesso e popularidade”²⁹.

A notícia deixa claro que aquela primeira viagem internacional era consequência direta de sua força no meio da cultura carnavalesca carioca. Em um

²⁶ Vida Doméstica, Julho de 1935. p. 15.

²⁷ Idem.

²⁸ Cf. Ruy CASTRO, op. cit.

²⁹ Vida Doméstica, Dezembro de 1931.

evento promovido pela gravadora, Carmen já se destacava em meio aos outros cantores, sendo escolhida para representar a gravadora no exterior.

Muito diferente deste, no entanto, era o tom da reportagem que saudava seu retorno da capital portenha em 1935, depois que viagens como aquela haviam se tornado freqüentes. A explicação dada então pela reportagem para a popularidade de Carmen se ligava, de início, à simpatia que seus ouvintes tinham pelo seu timbre, por sua postura e por sua aparência. Com sua “gesticulação graciosa e original”, no entanto, a cantora já se mostrava capaz de representar a nacionalidade no exterior, singularizando sua musicalidade e seu gestual no contato com espectadores de outra nacionalidade. De fato, se na divulgação da volta da viagem de Carmen em 1931 seu nome estava associado ao mercado fonográfico, em 1935 é com o título de “embaixatriz” da música nacional que ela recebe os cumprimentos da imprensa carioca. Além disso, a música cantada por Miranda já era caracterizada, então, como “genuinamente brasileira”, demonstrando a consolidação de um rótulo para o samba que se constituiu em paralelo à carreira de Carmen. Foi a partir da experiência nos circuitos culturais cariocas ao longo dos anos anteriores que se cristalizaram certas imagens que, naquele momento, serviam para singularizar Carmen Miranda no exterior, de modo a transformá-la em representante legítima da música brasileira.

Em abril de 1936, a revista O Cruzeiro publicava uma coluna chamada “Argentinite”, na qual comentava a mania das excursões ao país vizinho:

“Os artistas do “broadcasting” carioca estão atacados de ‘argentinite’. Esta nova moléstia contagiosa foi inoculada por Carmen Miranda, assim uma espécie de coqueluche de Buenos Aires”.³⁰

A nota atribuía à intérprete o papel de iniciadora do costume compartilhado com outras artistas das rádios brasileiras de ir à Argentina apresentar seu trabalho. Através da expressão “argentinite”, o noticiário sugere que essas viagens tinham virado uma espécie de vírus, doença que espalha rapidamente. A própria Carmen Miranda voltaria anualmente até o fim daquela década - contratada pelas rádios Belgrano e el Mundo, que procuravam sempre

³⁰ Cruzeiro, 04 de abril de 1936. p. 19

atrações estrangeiras para sua programação. A partir de suas primeiras visitas à capital portenha, criava-se assim uma forte demanda pela forma de sonoridade representada por Carmen Miranda, que seria capaz de representar de modo acabado a cultura brasileira.

Não era só no exterior, entretanto, que essa associação entre a cantora e a nacionalidade ganhava corpo. A partir da cristalização de tal imagem internacional, Carmen Miranda passava a ser reconhecida, também no Brasil, como representante legítima da nacionalidade. É o que mostrava, em janeiro de 1935, um redator da revista Cruzeiro, ao comentar a volta da cantora de uma de suas excursões:

“A cidade andou um tempo sem a alegria sonora de Carmen Miranda, vibrando em suas antenas. Ela havia partido para Buenos Aires com um contrato vantajoso numa de suas grandes estações de rádio. E o carnaval aproximando-se com seus ritmos característicos, mostrava a lacuna imensa dos sambas quentes e marchinhas arrepiadas da ‘ditadora risonha do samba’ na frase de Cesar Ladeira. Mas as rádios já andam contentes, porque há vários dias que a voz nacionalíssima de Carmen Miranda anda interpretando suas deliciosas criações através da PRA 9, Rádio Sociedade Mayrink Veiga.”³¹

O anúncio da volta da cantora ao Brasil indica que ela deixava saudades no país quando estava em suas excursões. Ao associar seu nome ao samba, que seria por ela dominado, o autor lança mão do argumento de César Ladeira, locutor da Rádio Mayrink Veiga, para destacar aquilo que caracteriza a principal contribuição da cantora no país: a alegria que Carmen imprimia em suas apresentações, que fazia dela uma cantora capaz de representar a alma nacional. Mais do que reafirmar a idéia de que é sobre o sucesso já consolidado de Carmen Miranda e de outros artistas que as rádios sustentavam sua audiência, o autor da nota mostra assim ver nela uma cantora verdadeiramente brasileira, que teria marcada na voz sua verve nacional.

A partir dessa data, as revistas e jornais noticiavam com freqüência as viagens dos artistas do rádio à Buenos Aires. Notas pequenas anunciavam chegadas e partidas ou extensas redações exaltavam o valor desses que até bem pouco tempo eram apenas conhecidos no Rio de Janeiro. O jornalista Pedro Lima,

³¹ Cruzeiro, 05 de Janeiro de 1935.

por exemplo, publicou em 2 de março de 1935 na revista Cruzeiro uma matéria com Carmen e Aurora Miranda cujo nome era “O samba e a canção” . Embora a reportagem tivesse na chamada o nome das irmãs, sua introdução e a entrevista nela presente se referiam, em sua maior parte, somente a Carmen.

“Carmen Miranda! É a mais popular das nossas cantoras. Para ela são feitas as canções e marchas dos nossos principais compositores populares, estes mestres que freqüentam as ‘Academias dos Morros’ e tem na cuíca e no pandeiro os símbolos do espírito e da alma das ruas.”³²

Carmen era destacadamente a artista principal. A apresentação ressalta justamente a ligação de Carmen com o mundo “popular” carioca. Essa autenticidade garantia a popularidade da cantora. A chamada feita pelo jornalista mostra que, embora esteja querendo justificar a escolha de tais artistas para a reportagem, e por isso carrega nos elogios, ela era ímpar no mundo da música. O termo usado pelo autor, “mais popular”, sugere que ela era naquele momento não só uma cantora conhecida, mas a de maior sucesso. Ressalta que os compositores, cujas letras estão espalhadas nos diversos cantos do país, escreviam suas canções pensando na voz da estrela da rádio. Aqueles, segundo Pedro Lima, eram as pessoas que aprenderam tal musicalidade dentro do que considerava a escola original do samba. Carrega na expressão para enfatizar que o “popular” ao que se refere é o que está mais difundido. Sugere ainda uma união pacífica, quase natural, entre esses compositores e a cantora. Carmen aparece como representante legítima dessa “cultura popular”. No entanto ela não é apresentada como um dos “mestres do morro”, mas como aquela que lhes empresta sua voz. O que o autor da nota pretende passar é que Carmen era a responsável por levar a música feita nos morros para as ruas. Os instrumentos utilizados como exemplos são a cuíca e o pandeiro, que servem de base para tocar o samba cantado por ela. Nesse momento, a exaltação do samba feito no morro vai ao encontro da expressão “nossa” designada à intérprete, e assim, a busca pela definição do que é brasileiro encontra em Carmen Miranda uma boa representante no texto de Lima. Na continuação, o jornalista acrescenta:

³² “O samba e a canção”. Cruzeiro, 02 de março de 1935.

“Carmen esteve a pouco em Buenos Aires, onde ela vai todos os anos como embaixatriz do samba e da canção, mas volta sempre, em tempo, vitoriosa e querida para o Carnaval desta cidade m-a-r-a-v-i-l-h-o-s-a- de Cesar Ladeira.”³³

Se num primeiro momento o título da reportagem, “o samba e a canção”, parece ser designado à dupla de irmãs, o autor trata de desfazer qualquer dúvida quando escreve que Carmen Miranda é a “embaixatriz do samba e da canção”. Os termos se repetem nas reportagens, que procuram construir Carmen como representante de uma forma específica de musicalidade, descrita nesse momento como carioca. A forma escrita pelo jornalista, que separa por hífen a palavra, tem o objetivo imitar – e assim ser imediatamente reconhecido – a maneira arrastada do locutor César Ladeira ao apresentar o Rio de Janeiro.

Na reportagem de Pedro Lima, Carmen conta um pouco da sua experiência no país vizinho:

“Ela num instante rememora incidentes de sua carreira, conta fatos que observa aqui e ali, descreve as bisbilhotices dos jornalistas argentinos que não a deixavam sossegar um só instante durante sua estadia em Buenos Aires, e comenta o valor que as artistas de rádio tem no país irmão, onde algumas chegam a ganhar pequenas fortunas.”³⁴

A própria Carmen encontra nessa experiência um meio de sobreviver da música. Segundo o autor do texto, Carmen Miranda narrou que sua presença em Buenos Aires foi tumultuada pelos jornalistas que não a deixavam sossegada. Essa informação, além de querer exaltar aquela que há pouco tinha caracterizado como “embaixatriz”, tem por objetivo criar para o leitor uma impressão de que a intérprete já era um verdadeiro sucesso na Argentina. Com isso, não apenas o fato dela ir para outro país cantar, como também o fato de que alcançou lá grande sucesso, certamente ajudou a consolidar o orgulho patriótico que passa a se expressar através da imagem da cantora.

³³ Idem

³⁴ Idem.

As matérias com o sucesso que os artistas da rádio encontravam na Argentina chegavam a ocupar páginas inteiras dos jornais. O destaque para Carmen Miranda era a confirmação da admiração que ela provocava. Como resultado, esses jornais publicavam longas matérias sobre as excursões da cantora, que nos deixam entrever os motivos de seu sucesso no exterior. É o que acontece, em 1935, com o jornal A Voz do Rádio, em matéria intitulada “Foi um chuá”:

“A música brasileira tomou conta de Buenos Aires, popularizando-se de verdade. As que mais agradaram foram: ‘Se a lua contasse’, ‘Alô, alô...’ e ‘Cidade Maravilhosa’ Estas três abafaram completamente. Explica-nos então ‘Carmencita’ (como é chamada pelos argentinos) o processo que empregava para tornar compreensível o sentido dos sambas e marchas cariocas.

- Antes de cantar qualquer número, fazia pelo microfone um resumo ligeiro da letra, esclarecendo os ouvintes sobre a significação e o espírito da composição. Deste modo, além da melodia, o público inteirava-se do verdadeiro sentido do nosso folclore, podendo, assim, compreender melhor o número interpretado. Logo se divulgaram, merecendo as preferências populares a ‘Cidade Maravilhosa’, ‘Alô, alô...’ e ‘Se a lua contasse’. Recebi mais de 1 .500 cartas de fãs argentinos. Foi um ‘chuá’ completo!”³⁵

Com óbvias intenções de exaltar o Brasil e sua cantora, o jornal não poupou as tintas para relatar o sucesso provocado por Carmen em terras vizinhas. O nome com que reconheciam a interprete por lá – Carmencita, o diminutivo de Carmen que foi adaptado ao modo de falar portenho – sugeria certa intimidade entre ela e seus ouvintes e um carinho dispensado a ela no tratamento. Mais do que interpretar os sambas, a intérprete afirmava tentar fazer o público aprender não só as letras das canções, mas também os costumes a elas ligados. Essa atitude da cantora aproximava-a de seus ouvintes, pois era uma demonstração de respeito ao público que a admirava, como também tornava essas pessoas cônscias de seus hábitos, que são chamados na reportagem de “folclore”. Carmen parecia, assim, estar despida de mistérios: era como uma representante da cultura nacional, de forte vertente popular-carioca, que ela se apresentava ao público argentino, garantindo assim sua popularidade no exterior.

Por mais que seja impossível reconstruir exatamente a explicação dada pela cantora ao seu público a respeito do “folclore” nacional, um bom meio de

³⁵ A Voz do rádio, 04 de julho de 1935.

tentarmos compreender a imagem da cultura brasileira que ela apresentava nessas apresentações é analisar a letra das canções que, segundo Carmen, foram as mais pedidas pelo público portenho. Embora não possuíssem uma temática semelhante, elas tinham em comum uma forte marcação rítmica.

Para além do ritmo, no entanto, a própria letra de algumas dessas canções auxiliava o esforço de descrição da cantora. É o caso, em especial, de “Cidade Maravilhosa”, que pode nos ajudar a imaginar como seria e qual era a origem desse “verdadeiro folclore” que Carmen relata cantar nessas ocasiões:

“Cidade maravilhosa
 Cheia de encantos mil
 Cidade maravilhosa
 Coração do meu Brasil
 Berço do samba
 e das lindas canções
 Que vivem n'alma da gente
 És o altar dos nossos corações
 Que cantam alegremente
 Jardim florido de amor e saudade
 Terra que a todos seduz
 Que Deus te cubra de felicidade
 Ninho de sonho e de luz”³⁶

Música e letra de André Filho, gravada originalmente por Aurora Miranda, essa canção foi apresentada em 1934 em um concurso para eleger o hino do Estado da Guanabara, realizado no teatro João Caetano. Na ocasião a canção ficou em segundo lugar, mas logo que conquistou o público ela passou a ser o hino oficial por ser mais conhecida e cantada³⁷. A música é uma clara ode ao Rio de Janeiro, então Capital Federal. Sua letra define a Capital como o lugar de criação de um ritmo original: o samba. Em uma metáfora com o corpo humano, André Filho coloca o Rio de Janeiro como coração do Brasil, ou seja, o órgão vital para a sobrevivência do país e onde se concentravam as principais atividades nacionais. Sugere com isso, que a cidade era a síntese dos costumes e lugar de origem do

³⁶ Música de André Filho. Conferir <http://ims.uol.com.br/> Acesso em 24/06/2011.

³⁷ Em entrevista concedida ao Museu da Imagem e do Som André filho desmente que o concurso fosse exclusivo para músicas inéditas e relata que a música já estava editada e gravada. Ele diz que se inspirou “cantando na natureza” para compor “Cidade Maravilhosa”. Cf. André FILHO, Entrevista concedida ao Museu da Imagem e do Som (MIS), Rio de Janeiro, em 25 de setembro de 1968.

samba. O Rio surge nessa canção como pólo cultural de onde germinavam as canções mais conhecidas. Além disso, a beleza dessa cidade é a todo momento ratificada nos versos que dão origem ao nome da música. Nesse sentido a música reafirma a vitalidade daquela cultura representada por Carmen, de perfil carioca/popular.

Podemos, assim, supor o sentido da escolha de Carmen em apresentar justamente esta canção, assim como o motivo de seu sucesso na capital vizinha. A música, sobre o Rio de Janeiro, ressaltava uma cultura específica que ela tentou representar pretensamente como “brasileira”. A intérprete terminou enfim a entrevista, analisando a própria passagem pela capital Argentina como uma espécie de onda forte e arrebatadora que passa pelos locais e deixa sua marca.

Para além das exaltações particulares à Carmen Miranda, muitos jornalistas pareciam conscientes do sentido do processo simbólico que patrocinavam ao receber estrelas da música de países vizinhos. Isso contribuía não só para estreitar laços entre as nações, mas também para colocar em circulação símbolos e figuras que passavam a ser tomados como próprios de cada nacionalidade, servindo como representantes das culturas alheias – como uma espécie de vitrine do país visitante. É o que sugeria Aluizio Rocha, que escreveu em 3 de novembro de 1935 no Jornal do Brasil uma coluna para explicar o motivo dessa troca:

“A rádio em suas múltiplas manifestações sociais tem concorrido para tornar o mundo mais agradável e os povos mais interessados na obra de aproximação e de entrelaçamento dos seus sentimentos afetivos.

O interesse pela audição de programas estrangeiros cresce diariamente em toda a parte. Resultando daí um melhor conhecimento e uma maior estima.”³⁸

Nota-se, em tais depoimentos, a estreita relação entre o sucesso de excursões como as de Carmen Miranda e a possibilidade de divulgação de sua obra propiciada pelo rádio. Além de ter contribuído para a diversão no mundo – pois através dele era possível ouvir música, notícia, fazer aulas de ginástica – o rádio tinha a capacidade de despertar o interesse pela cultura de povos distantes.

³⁸ Jornal do Brasil, 03 de novembro de 1935. p. 14.

Isso resultava não só numa aproximação, como no aumento do número daqueles que conheceriam os artistas. À medida que faziam sucesso em seus países de origem, lançavam suas carreiras em outros solos em busca de reconhecimento internacional. Mas Aluizio Rocha levava sua reflexão ainda mais longe, tratando do motivo do sucesso de algumas estrelas em particular.

“Quando, porém, esses elementos são portadores de um valor real como novidade ou como arte, explica-se facilmente o êxito que tem alcançado em Buenos Aires os artistas brasileiros que lá vão ter, para atuar nos estúdios das suas grandes emissoras.

(...)

Profissionais de ampla visão e conhecedores do ‘metier’, os diretores das broadcastings portenhas tem escolhido no Rio, os mais expressivos intérpretes do nosso folk-lore e da música popular carioca, tão do agrado dos seus ouvintes.”³⁹

Embora não fosse citada nesse texto, Carmen Miranda é o exemplo acabado do processo ao qual se refere o autor. De seu ponto de vista, seria a capacidade de cantoras como ela de representar a “música popular carioca” que garantiria seu sucesso no exterior. Não por acaso, essa musicalidade regional já aparecia, nesse testemunho, articulada ao “nosso folk-lore” – em uma primeira pessoa do plural que mal esconde a passagem do local para o nacional. O Folk-lore a que o Aluizio Rocha se refere aparece como sinônimo do samba e da marcha, que são então apresentados como os produtos musicais mais puros e originais do Brasil.

Em meio a tal processo de internacionalização das musicalidades locais⁴⁰, Carmen Miranda, que inicialmente tinha um grande apelo dentro do Rio de Janeiro, viu sua popularidade aumentar em um período muito curto de tempo de forma significativa. As excursões dela à Buenos Aires contribuíram para traçar para a cantora um perfil de representante da nação. Nesse momento, não era só aclamada em território nacional, mas também parecia se constituir em um verdadeiro sucesso em suas apresentações nas rádios Argentinas. Uma vez que suas apresentações se sucediam com cada vez mais frequência, Carmen

³⁹ Idem.

⁴⁰ Cf. John Charles CHASTEEN. National Rhythms, African Roots: The deep History of Latin American Popular Dance. Albuquerque: University of New Mexico Press, 2004.

aumentava sua área de atuação, e em conseqüência a forma como era vista adquiria outros sentidos. Portanto, essas excursões contribuíram não só para assegurar seu prestígio, ligado agora a uma forma específica de musicalidade, como também para levar tal gênero musical a um contexto mais amplo, no qual ela passava a ser reconhecida como sinônimo de brasilidade. De destaque dos carnavais cariocas, ela se tornava assim a imagem acabada da cultura ligada a esse mundo de samba e carnaval – que ela passava, progressivamente, a representar.

Alô, Alô, cinema

A trajetória de Carmen demonstrava que ela expandia cada vez mais seu campo de atuação. Ela esteve presente nos círculos culturais de maior evidência nesse momento. Parte importante desse processo, o cinema também fez parte da carreira da intérprete. Porém, o sucesso nesse universo não se deu de forma imediata. Um exemplo da dificuldade que marcou os primeiros tempos do cinema brasileiro pode ser percebido na crítica feita em 1933 por um jornalista à produção local:

“Os filmes nacionais produzidos até agora só poderiam esperar o insucesso artístico e de bilheteria que tiveram. Em hipótese alguma, nem que o nosso publico pintasse a alma de verde e amarelo, eles poderiam vencer. Por patriotismo morre-se numa trincheira, mas não se dorme numa poltrona de cinema...”⁴¹

Esse comentário foi divulgado pelo jornal O Globo em agosto de 1933 na coluna “O Globo nos cinemas”, sob o título “O Cinema brasileiro”. O crítico faz uma análise dura da produção cinematográfica brasileira até aquela data. Sem nenhuma expectativa de sucesso, os filmes brasileiros pareciam não ter qualidades artísticas nem técnicas capazes de levar o público à emoção. Informa ainda que a

⁴¹ “O globo nos cinemas”. O Globo, 08 de agosto de 1933. p. 5.

bilheteria dos filmes era um fracasso, resultado natural de sua forma desinteressante.

Para tentar mudar esse quadro, uma das primeiras tentativas dos produtores cinematográficos foi a de aproximar a nova mídia do carnaval, de modo a alavancar a popularidade da nova forma de diversão. Em 1933 era lançado o filme “A voz do Carnaval”, formado pela gravação de momentos da folia carioca. A crítica feita sobre o filme logo após os dias de Momo pode nos auxiliar a compreender como ele foi concebido:

“o carnaval agora pode ter espectadores. Não, não houve modificações, felizmente para a sua gloria. Trata-se de um filme, ao qual os próprios figurantes podem assistir. ‘A Voz do Carnaval’, produção da Cinédia é um excelente documento carioca, sincero, e agitado. Os movimentos que antes nos escapavam são revelados, pela película com precisão. Ela está em todo lugar, no corso, nas ruas, nos bailes...mais atenta que o olhos das multidões; com a memória sólida e sem tradições. O nosso carnaval poderá ter futuramente um filme mais perfeito, mas já tem um bom filme.”⁴²

De acordo com a descrição, o filme tinha a forma de um documentário. Nele as lentes procuraram captar, com precisão, o que efetivamente se passava durante as comemorações do folguedo de Momo. Ao fazer isso, no entanto, o filme aparentemente estabelece sobre a festa um olhar distanciado. Ao invés de se aprofundar nas experiências carnavalescas dos sujeitos da festa, os foliões são vistos como simples “figurantes”, considerados elementos secundários na composição de uma imagem unívoca e grandiosa do carnaval. Por isso, por mais que a intenção fosse retratar a animação da folia, ela não era assim percebida em sua diversidade. O resultado dessa produção foi um filme que estabelecia uma imagem homogênea e estática da festa.

Não é de se admirar, então, que o mesmo crítico que saudava a iniciativa de levar o carnaval às telas, reconhecesse a necessidade de uma possível evolução futura do cinema nacional na sua relação com a festa. Por mais que evidenciasse a tentativa dos produtores cinematográficos em se aproveitar da popularidade daquele momento, a baixa repercussão do filme e a pouca divulgação de seus artistas demonstram assim que, de início, a passagem do contexto local do

⁴² “A Voz do Carnaval”. *Diário de Notícias*, 8 de março de 1933. p. 12.

carnaval para o âmbito mais amplo da chamada indústria cultural não obteve os resultados esperados.

Já nesse momento, no entanto, notava-se na produção um elemento que tinha o claro objetivo de chamar a atenção do público: a participação, ainda que modesta, de cantores carnavalescos de sucesso, como a própria Carmen Miranda. Antes mesmo do filme supracitado, Carmen havia sido convidada a participar de outros dois filmes: “Degraus da Vida” em 1930, que sequer chegou a ser rodado, e “O Carnaval cantado no Rio” em 1932, do qual não possuímos nenhum registro⁴³. Em nenhuma dessas produções, no entanto, ela era apresentada como elemento de destaque. De fato, os três filmes não receberam da imprensa, e nem dos próprios artistas, atenção especial. Em suas entrevistas, não citam tais participações, provavelmente porque consideravam o cinema brasileiro de baixa qualidade, e não possuía grande impacto no circuito cultural dos anos iniciais de 1930. Sem imagem diferenciada ou exaltada, Carmen podia ser neles apenas mais uma “figurante”.

Se durante seus anos iniciais, a tentativa de incorporar à indústria cinematográfica nascente a temática carnavalesca carioca parece ter sido pouco proveitosa, no dia 8 de fevereiro de 1935 O Jornal do Brasil noticiava outro grande lançamento envolvendo o nome de Carmen Miranda:

“Carmen Miranda, com o seu ‘it’ inconfundível de cantora de samba ‘grau dez’ (para falar como o pessoal da fita) canta com muita graça e muito brio o ‘Carnaval do Rio’, marcha das mais arrasadoras. Todos os sambas e as marchinhas, alias, de que o próximo reinado de Momo vai consagrar o sucesso, se encontram em *Alô...Alô...Brasil*.”

E parece que o Brasil está respondendo, porquanto as sessões se sucedem, repletas, o que indica, da parte do povo, um interesse significativo pelo cinema brasileiro.”⁴⁴

Essa era a repercussão do lançamento do filme “Alô...Alô...Brasil”, da produtora Wladow-Film S.A, instalada no Brasil sob a supervisão do norte-americano Wallace Downey. Diferente do filme “A voz do Carnaval”, lançado em 1933 – ano em que o jornalista constata o fracasso do cinema brasileiro – essa

⁴³ Cf. Ruy Castro. Op. Cit.

⁴⁴ Jornal do Brasil, 08 de fevereiro de 1935. p.12.

película foi gravada com a tecnologia norte-americana de produção. Isso pode indicar não só outro olhar para o enredo, como também uma melhor qualidade técnica do filme. A película fora lançada dias antes do carnaval e narrava a história de um fã da rádio apaixonado por uma cantora inexistente. Longe de qualquer perspectiva documental, esse filme se utilizava da temática carnavalesca para contar uma história ficcional. Entre uma cena e outra, entravam os números musicais com cantores famosos do momento – como Carmen Miranda, Aurora Miranda, Mario Reis, Dircinha Batista e Francisco Alves. O nome do filme fazia alusão à chamada da rádio – “alô” –, utilizada frequentemente pelos locutores ao receberem as ligações dos ouvintes. Não por acaso a temática privilegiava mais uma vez o carnaval e os artistas da rádio, já em grande evidência nesse momento. A novidade era, justamente, trazer como personagens e enredo principais aqueles que já eram admirados pelo público. Essa nova produção, ao invés de abafar esses nomes em meio à tentativa de homogeneizar a festa, destacava-os. O olhar atento dos investidores capturou o que já era sucesso local e transformou em motivo do filme – o que garantia sua popularidade e estabelecia um grande circuito de comunicação. Já como uma destacada cantora do rádio, Carmen Miranda foi uma das chaves para conduzir a crítica ao filme.

A intérprete era lembrada através do apelido que a caracterizou em seus anos iniciais de trabalho. A manutenção do “it” para designar Miranda demonstrava que a combinação entre ambos – o termo e a cantora – havia sido ratificada ao longo da sua experiência de trabalho. Ela não só se manteve no circuito musical, como a forma como foi carinhosamente apelidada no início de sua trajetória artística era confirmada e ressignificada cada vez que aparecia na imprensa e entrava em contato com o leitor, conferindo ainda mais força a sua imagem. O uso da forma coloquial “grau dez” e sua referência ao ambiente da filmagem, sugerem um local descontraído e informal. O nome do longa-metragem, os termos utilizados para designá-lo e seus artistas construíram para o cinema um ambiente semelhante àquele da rádio brasileira, em especial, a rádio Mayrink Veiga que era a principal estação das músicas carnavalescas, do samba e dos seus intérpretes. O filme parecia trazer as novidades que seriam cantadas ao longo do carnaval de 1935 no Rio de Janeiro. Uma espécie de ensaio faria chegar ao público todas as canções. Quase em tom profético o narrador antecipa que essas novidades seriam os maiores sucessos da festa. Em seu último comentário

comemora o sucesso do filme, que é observado a partir do número de espectadores, e expõe sua satisfação com o fato dos brasileiros estarem mais adeptos à própria temática.

Contudo, isso não significa que as películas norte-americanas e seus astros tivessem desaparecido do centro de interesse dos consumidores desse veículo. A parte relativa ao cinema na grande imprensa ainda era provida em sua maioria por filmes e atores estrangeiros. O referencial era Hollywood, que se apresentava como uma máquina de lançar sucessos. Segundo Cristina Menguello, o cinema norte-americano continuou, até a década de 1950, sendo o principal referencial não só em produção, como em bilheteria⁴⁵. Em um contexto no qual o interesse do público estava voltado para as produções do exterior, o sucesso do filme “Alô, Alô...Brasil” aparece como um dado ainda mais relevante, que indica o grande interesse dos espectadores pelo universo nele representado.

O movimento que mudou a forma como o cinema era visto pelo próprio público pode ser percebido na comparação entre as reportagens acima. Se em 1933 o cinema brasileiro era um fracasso de bilheteria, nos primeiros meses de 1935 foi capaz de levar inúmeras pessoas a assistir o filme “Alô, Alô...Brasil”.

A revista Cruzeiro de 2 de fevereiro de 1935 – dois dias antes da estréia do filme – colaborava com a divulgação da película:

“Alô!Alô!Brasil! é um filme de ritmos nossos, de gente nossa, que o Brasil inteiro vai sentir e conhecer.

É a imagem colaborando com a radiodifusão, conquistando todos os recantos do país, na obra grandiosa da nossa expansão de brasilidade.

Porque o filme que Wallace Downey realizou, vai mostrar ao natural as figuras de que a maioria dos amantes do rádio só conhece de ouvido, revelando igualmente a maneira nossa de cantar, as entonações dos nossos ritmos, que de Estado para Estado se deturpa adquirindo novas formas de interpretações, segundo as tendências regionais, como se nos separassem outras tantas fronteiras com terras e costumes diferentes.”⁴⁶

A revista, embora não fosse especializada em crítica de cinema, narrou uma breve apresentação do que os espectadores iriam assistir nos próximos dias.

⁴⁵ Cf. Cristina MENEGUELO. Poeira de estrelas: o cinema Hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. Campinas, São Paulo: Editora da UNICAMP, 1996.

⁴⁶ Cruzeiro, 2 de fevereiro de 1935.

Logo na primeira linha o jornalista ressalta que esse é um filme “nosso”, dando ao termo um forte sentido nacional. Porém, era através da cultura carioca – como as músicas e os artistas que estavam na Capital Federal – que o enredo da película foi constituído. Por isso, o ritmo presente nele não é o frevo pernambucano, por exemplo, mas as marchas e os sambas que eram divulgados no ambiente da Capital. A aposta na união entre rádio e cinema foi ressaltada pelo jornalista quando coloca que o filme e as ondas da rádio tinham um mesmo propósito: um projeto de difundir determinadas características da produção cultural da cidade do Rio de Janeiro como autenticamente brasileiras.

Explicita-se assim, nesse momento, a existência de um circuito de comunicação integrado de proporções nacionais. O filme, assim como o rádio, seria o responsável por levar para o resto do Brasil os ritmos difundidos na Capital. Mais do que revelar a imagem daqueles artistas que eram admirados por sua voz, como sugeria o autor da nota, o filme tratava assim de tentar, mais uma vez, expressar nas telas a vitalidade dessa associação entre música popular e carnaval.

É o que mostrava uma propaganda publicada na véspera de seu lançamento no Jornal do Brasil:



Cartaz de Propaganda do filme “Allo, Allo Brasil!”.
Jornal do Brasil. 03 de fevereiro de 1935. p. 26.

Fica patente, na propaganda, a associação entre as músicas nela presentes e a temática carnavalesca, uma vez que ela é ilustrada por uma máscara, confetes e notas musicais. Ao lado desses símbolos, no entanto, já apareciam com destaque as fotos de intérpretes de sucesso que participavam do filme, como a própria Carmen. Significativamente, dentre outros músicos que cantaram no filme, seu nome é escolhido para ocupar a primeira posição. Tal composição da imagem e do texto indica que Miranda, embora com um repertório musical de ritmo semelhante, com figurino que não se diferenciava dos seus companheiros de gravação, já se destacava dentre os demais intérpretes.

Fica implícito, assim, que foi através da busca de maior integração entre os diferentes circuitos de comunicação, que visava alavancar a popularidade do cinema nacional, que a figura de Carmen Miranda acabou por ser ressaltada. A participação da cantora na película foi trabalhada não só nos cartazes, como também na própria concepção do filme. O número por ela apresentado no filme foi o último. Isso não ocorreu por acaso. Como uma estratégia para prender a atenção do público, os melhores números e mais aguardados eram reservados ao final do espetáculo. Nessa ocasião, Miranda interpretou uma canção do compositor João de Barro – Braguinha – gravada em 1934 de nome “Primavera no Rio”⁴⁷:

“O Rio amanheceu cantando.
Toda a cidade
amanheceu em flor
E os namorados vêm pra rua em bando
Porque a primavera é a estação do amor..
Rio, lindo sonho de fada,
Noite sempre estrelada de praias azuis.
Rio, dos meus sonhos dourados,
festa dos namorados,
cidade da Luz
Rio, das manhãs prateadas
Das morenas queimadas, ao brilho do sol
Rio, é cidade desejo exacista de um beijo,
Em cada redor”.

⁴⁷ Cf. Ruy CASTRO, op. cit.

A marcha cantada por Carmen Miranda não se destacava por ser uma música agitada⁴⁸. Apresentada quase de forma falada pela intérprete, a canção enfatizava o ritmo pausado e sua letra. Esta pode nos fornecer pistas dos costumes que eram transmitidos pelo filme em questão e o que eram as “coisas nossas” a que se refere o autor da reportagem. O Rio de Janeiro é o protagonista da música interpretada por Carmen. A canção transmite uma ideia geral da cidade, como se todos se comportassem da mesma forma e compartilhassem das mesmas emoções. A primavera na Cidade Maravilhosa era retratada como um momento de muita harmonia e encantamento. A canção investiu na esfera da imaginação, pois a Capital era apresentada como um sonho de cidade. A letra apresentava não apenas um Rio de Janeiro homogêneo e integrado como também jogava com as palavras para construir um perfil de cidade encantada. Essa enfim era a imagem divulgada através de “Alô, Alô, Brasil” de um Rio de Janeiro perfeito. Carmen contribuiu para essa representação, pois esteve no centro de sua construção à medida que incorporou o amor e o jeito carioca para essa canção. Essa era sua participação no filme, e assim se tornou visualmente conhecida para muitos admiradores que ainda não tinham tido o privilégio de vê-la. O cinema brasileiro se valeu da popularidade de cantores como Miranda para se afirmar enquanto gênero cultural de efeito na Capital Federal.

“Alô,Alô...Brasil” não foi um sucesso isolado na carreira de Carmen. O segundo filme lançado em julho do mesmo ano, que contava com sua participação, não tinha como tema central o carnaval. Porém, o enredo era também composto por comediantes e as estrelas da rádio. Com o título de “Estudantes”, o Jornal do Brasil anunciava no dia 7 de julho de 1935 para o dia seguinte a estréia do filme:

“A justiça manda reconhecer que todos os intérpretes de ‘Estudantes’ deram o melhor dos seus esforços nos papéis que lhe couberam. Como protagonistas, porém, as criações de Carmen Miranda, Mesquitinha e Barbosa Junior, tornam estas figuras as que maior projeção tem no enredo, do principio ao fim. Mas, sem dúvida, a melhor bola dessa ‘trinca’ é a declaração de amor que fazem, cada um por si, Mesquitinha e Barbosa Junior, à Carmen Miranda, a deliciosa Mimi. O público da nossa cidade maravilhosa, com licença de Cesar Ladeira, outro elemento de destaque no ‘cast’ de ‘Estudantes’, deliciará gostosas gargalhadas

⁴⁸ “Primavera no Rio”. Música de João de Barro (Braguinha). <http://ims.uol.com.br/> Acesso em 24 de junho de 2011.

com essa cena da mais profunda comicidade e trabalhada com admirável naturalidade por esses dois artistas queridos do nosso 'Broadcast' e pela graciosa 'estrela' patricia Carmen Miranda.”⁴⁹

Como conta o jornal, a película narrava uma história em que dois estudantes cortejavam uma cantora do rádio: Mimi. A cantora em questão era vivida por Carmen, que ocupava assim o papel principal. Se o cenário escolhido não foi o carnaval carioca, o elenco era o da rádio mais famosa do Rio de Janeiro. A Mayrink Veiga mais uma vez serviu de vitrine para a escolha dos artistas. Esses, por sua vez, eram cantores de samba, o que faz com que, embora o tema não tenha sido o carnaval, ele apareça de forma indireta no filme. Ambas as colocações do crítico de cinema exaltavam Carmen como motivo de orgulho. Sua participação não se restringiu apenas à interpretação da personagem. A cantora também emprestou sua voz às músicas “E bateu-se a chapa”⁵⁰, de Assis Valente, e “Sonho de papel”⁵¹ de Alberto.

Essa foi a primeira vez que Carmen se apresentava não só como cantora, mas também como atriz, pois interpretava o papel principal da película. Se no filme anterior ela aparecia como estrela do rádio, nesse passava a operar em uma nova linguagem. Aos poucos ela se tornou presença recorrente nos meios de comunicação disponíveis na primeira metade da década de 1930. Suas participações tanto no carnaval, no teatro, no disco, no rádio, e no cinema formavam um campo de comunicação que tinha como perfil a imersão no universo musical urbano carioca. Era em meio ao mais amplo campo de entretenimento que a intérprete demonstrava sua versatilidade para interpretar.

⁴⁹ Jornal do Brasil, 07 de julho de 1935. p. 23.

⁵⁰ E bateu-se a chapa, meu bem, nessa posição./Eu com a cabeça pendida no teu coração/E hoje quando passas por mim nem me dás valor (que eu sei)/Mas eu vou contar a todo mundo que eu já fui o teu amor/Não sei se te lembrás, amor, qual foi a razão/que minha cabeça ficou em cima de teu coração.../A minha cabeleira ficou despenteada/só para esconder tua camisa de malandro toda esburacada (e é por isso)/Acho muita graça, meu bem, quando você passa/com toda essa pose que até me parece um rei.../Olha que eu te estranho e mando a navalha/e corto esse chapéu de palha e essa calça de flanela/que fui eu quem dei (e é por isso). Música de Assis Valente. Disponível em <http://ims.uol.com.br/> Acesso em 24 de junho de 2011.

⁵¹ E o balão vai subindo, vem caindo a garoa/O céu é tão lindo e a noite é tão boa/São João, São João!/Acende a fogueira no meu coração!/E o balão vai subindo, vem caindo a garoa/O céu é tão lindo e a noite é tão boa/São João, São João!/Acende a fogueira no meu coração!/Sonho de papel a girar na imensidão/Soltei em seu louvor, um sonho multicor/Oh, meu São João!/Meu balão azul foi subindo devagar/O vento que soprou meu sonho carregou/Não vai mais voltar! Música de Alberto. Disponível em <http://ims.uol.com.br/> Acesso em 24 de junho de 2011.

Essa era uma nova faceta artística que Carmen demonstrara, e sua capacidade para interpretar provavelmente foi mais um fator importante na consolidação de sua imagem. Ao passo que se mostrava capaz de incorporar diferentes tipos – através do cinema ou de suas apresentações – Miranda expandia o número de admiradores e aumentava sua popularidade. Certamente a rede que envolvia a cantora nos anos iniciais de trabalho adquiria recortes ainda maiores, o que lhe permitia entrar em contato com tipos sociais diversos.

No Rio de Janeiro o filme ficou em cartaz no cinema Alhambra, o mesmo que veiculou “Alô, Alô, Brasil” - situado na Cinelândia, local de circulação do público elegante da cidade⁵². Ao aparecer como estrela naquele espaço, Carmen fazia circular sua imagem de artista naquilo que, segundo o testemunho de contemporâneos como um redator da revista Careta, se tornava a grande coqueluche do século XX: o cinema.

“O vício da moda é outro: é o cinema.(...) É tão universal que assume dimensões de pandemia. Contaminou todos os povos da face da terra. E o viciado do cinema – o ‘fan’ - tem uma fisionomia especial: frequenta filmes, lê revistas, coleciona retratos e autógrafos de ‘estrelas’... É um apaixonado.”⁵³

Segundo a reportagem, essa nova mania incorporava um público diferenciado. Enquanto o jornalista parece traçar um perfil para os admiradores da película, o cinema colaborava para criar um ambiente glamuroso para esses artistas. Os filmes que Carmen Miranda participou veiculavam, em sua maioria, uma cultura urbana carioca que passava a ser consumida por um público diverso daquele das ruas. Os artistas se tornavam reais à medida que podiam ser vistos, e eram ainda mais admirados por fazer parte de grandes produções cinematográficas como foi o caso desses dois filmes.

Além dos dois longas-metragens lançados em 1935, outro foi rodado no mesmo ano. Tal fato indicava um real sucesso de filmes com a temática brasileira. É o caso de “Alô, Alô, Carnaval”, com que abrimos o capítulo - no qual Carmen aparecia ao lado de sua irmã, Aurora Miranda, interpretando a canção “Nós somos

⁵² Cf. Tiago Melo GOMES. Op. Cit.

⁵³ Careta, 5 de janeiro de 1935. p.6.

as cantoras do rádio”. Embora o filme tenha sido rodado em dezembro de 1935, ele só entrou em cartaz no primeiro mês de 1936. Em 23 de janeiro, o Correio da Manhã noticiava:

“Alô,Alô, Carnaval! E seu êxito surpreendente – não se duvida mais no sucesso de qualquer filme brasileiro, uma vez que este seja bem feito.

Tendo o cinema nacional entrado no terreno industrial, o seu principal motivo, atualmente, não somente prende-se ao agrado do público, como também ao agrado de sua majestade a bilheteria...

(...)

Veja o filme não por patriotismo, e sim como espectador que gosta do que é bom, e neste caso, o “bom” é nosso...”⁵⁴.

O jornalista constrói uma imagem para o cinema brasileiro de que não existe mais problema de técnica para a produção. Atribui o sucesso da película não somente ao fato de possuir em seu elenco cantores de renome, mas ao fato de possuir qualidade técnica. Com isso, tece uma sutil comparação com o cinema norte-americano, sugerindo que a distância que separava ambas as produções não existia mais. Ele carrega nas expressões para causar o impacto desejado: aclamar o sucesso de bilheteria que, segundo ele, o filme produziu. Para além da técnica e dos elogios sem fundamentação, o autor da nota diz que sua excitação tem como juiz o sucesso de bilheteria, ou seja, somente o retorno financeiro seria capaz de transformar um filme num sucesso real. Por fim, termina a crítica voltando à questão do patriotismo. Se antes existia a possibilidade dos telespectadores assistirem às produções brasileiras por amor à pátria, agora esse fator não é mais necessário. O apelo não faz mais sentido, pois indica com isso, a elevação das produções cariocas onde o “bom” não é mais do outro país, mas sim, do Brasil. Em mais uma película a cultura musical urbana carioca foi utilizada como fórmula para alcançar o sucesso.

Por já ter a esta altura alcançado um grande reconhecimento, Carmen Miranda aparecia no filme de forma destacada. Nas cenas iniciais ela aparecia em roupas normais, semelhantes às outras artistas do rádio. É o que acontece quando ela interpreta a música “Querido Adão”. A marcha de Benedito Lacerda e Osvaldo Santiago tinha uma forte acentuação no ritmo. Ela narrava a história do

⁵⁴ Correio da manhã, 23 de janeiro de 1936. p. 9.

personagem bíblico Adão que perdeu o juízo por causa da serpente tentadora, eternizando o amor. A história que virou enredo de marcha carnavalesca possui poucos versos e forte marca para o ritmo. Ela se apresentou com uma indumentária comum, sem nenhum aparente destaque para peça alguma⁵⁵. O último número, no entanto, foi reservado para a apresentação das irmãs Miranda, que fechavam o filme com a música “Cantoras do Radio”.



Carmen e Aurora Miranda no filme “Alô, Alô, Carnaval!”, em 1936.

À esquerda de sua irmã Aurora Miranda, essa imagem foi tirada durante a gravação do filme supracitado. A fotografia mostra claramente que ambas estavam com roupas iguais, sem que alguma distinção marcasse a então estrela do rádio Carmen Miranda. Em um cenário grandioso, que contava com uma orquestra, este deveria ser o número de maior produção. Com a projeção de instrumentos gigantes na parede, a união desses elementos como as roupas

⁵⁵ Existe um vídeo disponível da participação de Carmen nesse momento. Cf.

<<http://www.youtube.com/watch?v=3Ep46LqWXHQ>> Acesso em 20/07/2011.

⁵⁶ O vídeo das cantoras interpretando essa canção está disponível em <

<http://www.youtube.com/watch?v=bsJJ3YPhlzE&playnext=1&list=PL31B3928F2BCB502D>> Acesso em: 20/07/2011.

elegantes portadas pelas irmãs cantoras e a participação da grande orquestra dava ares de superprodução ao espetáculo. Recriava os espetáculos dos grandes cassinos. Esse cenário atribuía um novo significado, a ser transmitido pelas telas do cinema, para a música urbana carioca. O grandioso número que encerrou o filme atribuía toques de requinte àquela canção inicialmente encontrada no ambiente natural das ruas. Com cartolas e roupas iguais, ambas pareciam estar em um mesmo patamar: de estrela da rádio⁵⁷.

A carreira da intérprete contou com meios de comunicação de grande escala para impulsionar ainda mais sua vida artística. O cinema contribuiu para criar uma proximidade dos cantores do rádio com seu público. Juntos, compunham um circuito de comunicação integrado. Isso contribuiu não só para impulsionar a sua carreira, como também para diversificar a forma como era percebida nos variados lugares e pelas diferentes pessoas. Portanto, longe de ser um instrumento de dominação, ou persuasão, o cinema contribuiu para a divulgação de sua imagem, sua voz, sua música e seu gestual. Estes transitavam e ganhavam novas interpretações à medida que entravam em contato com as diferenças individuais, regionais, musicais, sociais, entre outras.

* * *

Carmen Miranda em fins de 1936 alcançava um patamar no circuito musical do país que, proporcionado pelos novos meios de entretenimento e comunicação, ainda não tinha sido experimentado por nenhum outro artista. Isso não anula o fato de que muitos artistas foram sucessos antes mesmo da intérprete,

⁵⁷ A través dos símbolos lançados a público pelo cinema, como o samba, o carnaval e Carmen Miranda, a autora Cristina Meneguello explica de que forma o estudo desse veículo pode contribuir para a análise tal como proponho: “Assim, a reflexão histórica não centra a análise exclusivamente no indivíduo entendido como a outra ponta do eixo mensagem-recepção, estabelecendo um vão entre sociedade e indivíduo. Essa causalidade pressuporá sempre a exterioridade. (...)Deve-se lembrar que essas relações de poder [entre público e produção cinematográfica] apresentam-se cotidianizadas, na dinâmica própria do funcionamento da sociedade, numa rede produtiva que compõe o campo social.”. Cf. Cristina MENGUELLO, op. cit. p. 32-33.

porém as proporções eram outras. Com características marcadamente locais, os intérpretes e compositores de outrora encontravam em seus bairros ou cidades, na maioria dos casos, o principal público consumidor de sua arte. Para autores como José Adriano Fenerick, trata-se do processo de criação de uma “sociedade de massas (ainda que embrionária)”⁵⁸. O caso de Carmen aponta, porém, para os muitos sujeitos que tomam parte desse processo de massificação, negando a força unívoca da chamada Indústria Cultural como sujeito do processo que transformou cantores locais em grandes estrelas. Através de uma análise pormenorizada desse momento percebemos que Carmen se tornou popular porque baseou sua trajetória em uma musicalidade que já era aceita e difundida de antemão. Com isso, ela se tornava porta voz de formas de expressões culturais por tempos marginalizadas. Foi por ter se tornado representante de uma cultura popular carioca em formação que ela conseguiu construir sua carreira no rádio, no cinema e nas excursões internacionais. Sua trajetória aponta, assim, para uma negociação constante entre sujeitos diversos.

Não é de se estranhar, por isso, que nem só de elogios tenha sido feita a trajetória artística da cantora. Frente à sua ligação com o universo da musicalidade negra e mestiça do Rio de Janeiro, muitos foram os que negaram a ela o verdadeiro talento. Em um número do Jornal do Brasil de dezembro de 1936, por exemplo, Benjamin Lira externava sua crítica em uma coluna intitulada “O apogeu do mau gosto”:

“Firmo essa preliminar para que, em seguida, me recuse, a mim mesmo, a liberdade de combater os *‘fans’* da cantora Carmen Miranda. Eles demonstram um entusiasmo tão histérico, tão obsessivo, que seria absurdo porse-lhes [sic] em duvida a sinceridade. Positivamente, apreciam aquela vozinha de boneca mecânica, repizando mecanicamente um repertório invariável de canções, onde raras aparecem dotadas de algum mérito relativo, dos que a inferioridade do gênero pode comportar É incrível! Monstruoso quase! Mas é a própria evidencia. Não cabem ao sofismas nem chicanas.

(...)

Apenas por isso estranho que os admiradores de Carmen ainda não estejam fartos de ouvi-la miar juntamente com essa caterva de imitadoras surgidas para maior expansão de tal flagelo.

E dizer-se que as emissoras se batem, na ânsia feroz do privilégio de semelhante prenda!

Imposições da publicidade? Tirania do grande publico – forçosamente não. São pesquisas que não adiantam.”⁵⁹

⁵⁸ José Adriano FENERICK, op. cit. p. 51.

⁵⁹ “O apogeu do mau gosto”. Jornal do Brasil, 18 de dezembro de 1936. p. 8.

O autor mostra, de início, que não está interessado em questionar a veracidade da admiração do público de Carmen Miranda, que lhe parece sincera. Ainda assim, se dedica a criticar o motivo da sua grande aceitação por parte desse mesmo público. Suas observações demonstram que o samba era ainda um gênero que tentava se afirmar. Nesse contexto, Carmen negociava com esse universo cultural, obtendo vantagens para ela e para os sambistas. A crítica a sua voz é feita, possivelmente, em comparação a outra forma de cantar que era diferente daquela consagrada: o grande canto. Parte da crítica é direcionada ao repertório escolhido por Carmen para interpretar. O autor classifica o gênero em que ela atuava como “inferior”, indicando que para ele o samba não teria mérito suficiente para despertar tantas paixões. Critica com isso o modismo representado por Carmen - que para ele estava longe de se fazer vitorioso, embora fosse já muito popular. Ele lança mão de termos como “flagelo” para descaracterizar o samba como possível representante musical do Brasil, e faz isso em grande parte responsabilizando Miranda por sua posição de incentivo dentro desse quadro. Sem ser seu objetivo, ele demonstra o prestígio que possui a cantora tanto nas emissoras de rádio, quanto na publicidade e no gosto musical de grande parte da população. Ao fim, conclui dizendo serem inúteis as pesquisas que buscam justificativa para tamanho sucesso.

Para além do conteúdo do texto de Lima, podemos observar que Carmen não só representava um determinado gosto e perfil, duramente criticado por ele, como negociava com um universo de símbolos, práticas e costumes por muito tempo deixados de lado pela alta cultura, tentando fazer-se seu representante. Demonstra com sua colocação que esse assunto estava vivo no cotidiano dos seus contemporâneos e que eram, portanto, conscientes do debate a cerca da busca de características para a nacionalidade. Concomitante, sua colocação a respeito de Carmen demonstra a força que seu símbolo adquiriu, pois serviu de canal para questionar os rumos culturais do país.

Se a busca de Benjamim Lima não encontrou respostas para tamanha popularidade, o presente capítulo buscou indícios do porquê de tal apreço. Encontramos no meio da década de 1930 novidades que expandiram a questão para além de meras generalizações. Carmen Miranda se tornara uma referência específica: a embaixatriz do samba. A intérprete esteve presente nos círculos de samba, nas salas de cinema e na casa dos ouvintes da rádio no Brasil. Assim, ao

longo da discussão foi possível identificar o processo de transformação, ocorrido em poucos anos, de uma cantora de prestígio local, inicialmente limitado à cidade do Rio de Janeiro, em uma grande estrela nacional que simbolizava aquela cultura local, de cunho iletrado.