

Efetividade comunicacional e imagem visual de Carmen Miranda como encantamento imaginário

*Effectiveness communication and visual image of Carmen Miranda and imaginary
enchantment*

*Eliane Meire Soares Raslan
(elianest2002@yahoo.com.br)*

*Doutoranda em Comunicação Social pela PUCR
Professora, orientadora e pesquisadora na UEMG
<http://dx.doi.org/10.5216/cei.v14i1.21510>*

Resumo

O foco central desta proposta é pesquisar os processos e o grau de efetividade das políticas de comunicação adquiridas a favor da imagem de Carmen Miranda. Entender como a figura da atriz e cantora obteve resultados altamente positivos com diversos públicos. Analisar os conceitos de eficiência, eficácia e efetividade permitindo identificar na imagem pública da atriz, surgida na década de 30, a forma como conquistou admiradores por toda parte do mundo. Comunicação que revolucionou a indústria cultural e permitiu despertar o imaginário de uma sociedade com distintos aspectos. Tornou-se um mito através de toda uma sedução social e cultural através da música, da dança e de suas vestimentas.

Palavras-chave: Carmen Miranda. Comunicação. Efetividade. Imagem Visual. Imaginário.

Abstract

The central focus of this proposal is to research the processes and the degree of effectiveness of communication policies in benefit of the acquired image of Carmen Miranda. Understanding how the figure of the actress and singer got very positive results with multiple audiences. Analyze the concepts of efficiency, efficacy and effectiveness in identifying allowing public image of the actress that appeared in 30s, how won admirers all over the world. Notice that revolutionized the culture industry and allowed to awaken the imagination of a society with different aspects. It has become a myth throughout a social and cultural seduction through song, dance and their outfits.

Keywords: Carmen Miranda. Communication. Effectiveness. Visual image. Imaginary.

Introdução

Para compreender melhor o processo e o grau de efetividade das políticas de comunicação adotadas em favor da imagem de Carmen Miranda, é importante compreendermos os conceitos de eficiência, eficácia e efetividade. Conceitos estratégicos que consentiram que a atriz conseguisse “encantar” seu público através do cinema de Hollywood.

As práticas comunicacionais quotidianas ao longo dos anos vêm sendo modificadas ao longo do tempo pelos titulados países desenvolvidos. No domínio social e cultural temos as imagens visuais que fazem parte dessa manifestação de mudanças. Carmen Miranda de identidade brasileira

teve sua imagem visual difundida principalmente pelo cinema de Hollywood, época em que poucas atrizes e cantoras conseguiram efetividade em sua comunicação visual. Primeiramente vamos entender um pouco sobre esses conceitos de eficiência, eficácia e efetividade, em seguida sobre a imagem visual de Carmen Miranda.

Eficiência, eficácia e efetividade na comunicação

Eficiência é um conceito universal aplicável a qualquer área do conhecimento. As ciências que mais se preocuparam em conceituá-la foram a administração, o direito e a economia. Moraes (2007, p. 14) entende que na administração eficiência é fazer as coisas de maneira correta e utilizando, da melhor forma, os recursos disponíveis. Taylor (1990), também da área administrativa, afirma que eficiência é a idéia de progresso, quando o indivíduo realiza a tarefa de forma que qualquer outra pessoa entenda.

Moraes (2007) e Robbins e Decenzo (2004) entendem que na economia eficiência é a relação técnica entre entradas e saídas. A ação administrativa busca melhorar resultados. De acordo com Meirelles (1989) no ramo do direito o “dever da eficiência é o que impõe a todo agente público de realizar suas atribuições com presteza, perfeição e rendimento funcional.” (MORAES, 2007, p.86).

A eficácia, segundo Daft (1999), na área da administração, “a eficácia organizacional é o grau em que a organização realiza seus objetivos.” (DAFT, 1999, p.39). No direito, Reale (2002) afirma que “a eficácia se refere, pois, à aplicação ou execução da norma jurídica, ou por outras palavras, é a regra jurídica enquanto momento da conduta humana. A sociedade deve viver o Direito e como tal reconhecê-lo”. (DAFT, 1999, p.112)

Para Marinho e Façanha (2001) “a efetividade diz respeito à capacidade de se promover resultados pretendidos; a eficiência denotaria competência para se produzir resultados com dispêndio mínimo de recursos e esforços” (p.7). O autor exemplifica comentando sobre os altos custos das organizações para alcançar os objetivos da instituição. Segundo Drucker (1986, p. 9) uma organização dificilmente terá sucesso se não for capaz de concatenar eficácia e eficiência.

De acordo com Daft e Lengel (1988) espera-se que o administrador alcance tanto eficácia quanto eficiência, a efetividade existe se o administrador conseguir atingir o objetivo traçado.

Efetividade da mídia e da comunicação

De forma geral a maioria dos autores relaciona eficiência aos meios e eficácia aos resultados, compreendendo que há efetividade quando se tem eficiência e eficácia ao mesmo tempo.

A comunicação pode ser efetiva desde que exista planejamento. Conforme Torquato (1986:31) a informação deve “produzir aceitação, por meio de comunicação expressivo-emocional e deve ser o objetivo dos profissionais que lidam com comunicação nas empresas”. De acordo com Mintzberg (1987) os papéis administrativos precisam de função, organização, liderança e controle, ou seja, os elementos constituintes da efetividade são alcançados quando existe idealização. Para Silva (2001:20) a “eficácia é a medida de alcance do objetivo ou resultado” enquanto a eficiência significa “operar de modo que os recursos sejam mais adequadamente utilizados”.

A importância da efetividade da comunicação para atingir os objetivos do cinema

De acordo com Silverstone (2005) não há como fugir da intensidade *mediática* que vivemos no mundo. Habitamos ao exercício do poder que nos leva a conduta do dia-a-dia criando a cultura. O autor afirma que a mídia é muito importante para nossa cultura, em manifesto, centraliza a necessidade de investigação e de não deixar de pensar a mídia como algo sério. Estudar a mídia é buscar respostas convincentes, mesmo que saiba que não é possível obter apenas uma teoria sobre a mídia, já que deve ser uma ciência relevante e humanista. Afirma que estudos referentes ao *significante* já foi uma preferência. Explicar o exercício do poder e o controle da realidade são causas de debates nos desastres naturais proporcionados pela mídia.

O estudo da mídia contribui na competência de compreender o mundo e dividir seus significados que são construídos nos sonhos e na cultura da sociedade. Silverstone (2005), considerada que a “mídia estuda os movimentos no espaço e no tempo e suas interpretações e talvez também a consequência, descobrir-se pouco convencido pelos profetas de uma nova era e por sua uniformidade e seus benefícios.” (p.25). O autor entende que a mídia é a responsável por fornecer palavras que nos expressamos pela fala diária, são idéias que fazem parte do cotidiano.

De acordo com Speller (2004) Lacan e Durand permitem conceituar o imaginário no campo do conhecimento, concluem que para o psiquismo humano o imaginário está na medida do que é imprescindível em possibilitar ao ser humano a ilusão de unidade. Ambos também têm sua visão diferente. Lacan aborda o imaginário pela psicanálise imaginar não faz sentido, mas viver sem ele levaria o ser humano a alienação, constitui-se no simbólico o sujeito inconsciente, enquanto que o ego é semelhante se constitui na relação do imaginário. Durand pela antropologia, para ele as

imagens são símbolos, o imaginário é simbólico. Lacan e Durand afirmam que não é possível viver sem o imaginário.

Para Durand (1989) pensar no tempo é lembrar como a imagem é importante não há como evitar, não há como ficar sem a imagem já que não possuímos nenhuma forma de poder sobre o tempo. É através de nossa visão, de nossos olhos, que enxergamos a imagem corporal, de nosso eu. Enxergamo-nos, modelamos a visão e em seguida com a imaginação humana desenvolvemos audição e a linguagem, com uma aptidão natural transformamos o auditivo em visual. Para Durand (1989) sempre existirá alguma fantasia na criação humana não importa sua utilidade. O que nos faz ligar o real ao simbólico de Lacan, o que é constitutivo da psique humana.

Para Lacan (1986) o mundo é imaginário, uma representação, o corpo. O imaginário requer subjetividade, a distância é um fenômeno subjetivo, mas que pode tornar-se objetivo com um registro fotográfico utilizamos a palavra dela há coisas falsas e outras verdadeiras, ou o que dizer de coisas que não são da palavra ambígua. Existe o buraco no real. É a psiquiatria que mostra a loucura, perda de contato com a realidade, que vem a ser o contrário na psicanálise, que é pelo simbólico e pelo imaginário que o louco se sente invadido pelo real.

Subjacente ao pensamento e a ação em parte inconsciente, Lapierre (1995) define o imaginário sendo o universo fantástico, estrutura a sua relação e seu mundo interior e exterior. Base dos processos mentais, o imaginário é o elemento qualitativo, que representa a personalidade do indivíduo.

Lapierre (1995) conceitua vários autores e imaginação segundo Vico é a fantasia, o ser humano modificou de forma primitiva o mundo para si. O universo do pensamento do indivíduo atravessa variadas etapas o conhecimento humano é que vem a constituir esse universo fantástico. No século XVIII, Altman (1995) afirma que a idéia de imaginação veio a ser conceituado e sustentada para James Engell tem a idéia da imaginação criativa, e afirma não ser necessário esclarecer o que é imaginação já que a natureza é rica e variada nessa razão, diz por si só.

Lapierre (1995) afirma que para Hobbes a imaginação é nossa percepção e expor nossas idéias imaginação que liga imagens aos desejos, expor nossa experiência da realidade, a imaginação acelera e dinamiza o pensamento criativo e a ação. Para Kant o mecanismo psicológico que rege a imaginação, ação que nós é imperceptíveis tem poder receptivo e poder produtivo. O produtivo é a capacidade voluntária e imaginação involuntária, é a fantasia. Na época pós-romântica do poder.

“Da concepção do mundo criado por Deus passava-se àquela de um universo criado pelo Ego, transição que tem como aspecto essencial o conhecimento”, (LAPIERRE, 1995, p.87).

De acordo com Durand (2004) durante séculos o imaginário foi reprimido pelos valores cognitivos existentes no Ocidente. Atualmente, por meio de um efeito admirável o progresso das ciências permitiu divulgação das técnicas da imagem de todas as formas e processos de imagens possíveis. A ciência do imaginário foi colaborada com a criação das disciplinas universitárias, uma passagem de domínio revolucionário das políticas, pedagogias e éticas é exigida. Durand (2004) afirma:

A liberdade da abertura voltada para a natureza e suas representações provocará uma espécie de efeito perverso duplo: por um lado, a imagem do homem apaga-se cada vez mais da paisagem natural das águas, florestas e montanhas; por outro paradoxalmente, o culto à natureza facilita o retorno das divindades elementais, mas antropomórficas dos antigos paganismos. (DURAND, 2004, p.21).

O imaginário é a forma realista do pensamento humano, imaginar é o que sofremos com movimento ao surrealismo, um retorno a uma música e uma pintura não imaginárias no desenvolvimento dogmático de uma manifestação ferrenha, cujas abstrações geométricas como “desconstrutivismo, dodecafonismo ou/e como cubismo”.

Durant (2004) ainda “considera que a revolução do vídeo é uma “explosão da civilização da imagem que” contradiz as conseqüências da causa, a desmente”.

Durant (2004) afirma que a descoberta da imagem fotográfica, primeiro em preto (N. Niepce, 1823; J. Daguerre, 1837) e depois em cores (L. Ducos de Hauron, 1869; G. Lippman, 1891) está estreitamente ligado ao progresso químico que permitiu a gravação da imagem projetada “às avessas” pela objetiva da câmara escura numa placa sensibilizada – um fenômeno muito conhecido a partir do século 15. A animação da imagem reproduzida quimicamente (A. e L. Lumière, 1885) resulta da aplicação mecânica de um fenômeno fisiológico conhecido, teorizado em 1828 por Joseph Antoine Plateau, o criador de um dos primeiros cinematógrafos, o fenacístocópio, um aparelho formado por dois discos que dão a ilusão de movimento pela continuidade das imagens da retina.

A transmissão instantânea destas imagens e “filmes” a distancia será o fruto da aplicação da telecomunicação oral. (É. Branly, 1890; A.S. Popov, 1895; G. Marconi, 1901) e depois das imagens na televisão (B. Rosing, 1907; V.K.Zwork Kin, 1910-1927) e a descoberta da onda eletromagnética

considerada “inútil e puramente teórica por H. Hertz (1888), seu inventor.” (DURANTE, 2004, p.31-32).

Durand (2004) afirma que a imagem possui uma importância da “manipulação icônica” ela é inquieta e depende de todas as outras valorizações, inclusive a “manipulação genética”. O psiquismo humano é comprovado com o funcionamento concreto do pensamento, idéias e experiências, não apenas do inconsciente da percepção imediata e encadeamento racional das idéias, ou mesmo através dos sonhos com imagens irracionais, ou da criação poética.

Baudrillard (1976) garante que “o simbólico não é nem um conceito, nem uma instancia ou uma categoria, nem uma “estrutura”, mas um ato de troca e uma relação *social que põe fim ao real*, que resolve o real e simultaneamente a oposição entre o real e o imaginário.” (p. 204). Baudrillard (1976) considera imaginária a equivalência do signo e do real, ou seja, utópica. Parte de uma *negação radical do signo como valor* quando o assunto é a simulação. No ponto de vista de Platão, em concordância, a simulação é uma falsa representação expressa no sofista. E para compreender no pensamento ocidental sobre a *representação* é preciso entender essa teoria sobre a simulação. Representação que é considerada um simulacro.

Baudrillard (1976) diz que “o simbólico é o que põe fim a esse código da disjunção e aos termos separados. É a utopia que põe fim às tópicas da alma e do corpo, do homem e da natureza, do real e do não-real, do nascimento e da morte.” (p. 205). Para Baudrillard (1976) em todas as disjunções da forma arquetípica uma disjunção entre morte e vida. A separação entre natureza e cultura são as causas dos *efeitos* de realidade e de objetividade. A efetividade das trocas supera tais cisões o que faz compreender o simbólico citado acima. Não se diferencia o ser vivo e não-vivo do visível invisível na ordem simbólica. Não atua como instância *mediadora*, tem presença absoluta.

Baudrillard (1976) compreende que o simbólico é o retorno à identidade passando pela idéia de reconciliação. Recupera a concepção da perda simbólica nessa dispersão sem retorno, sendo irreversível quando considerada uma perda efetiva. Quando a palavra se consuma de forma completa em compartilhamento o linguístico se torna poderoso existe o *significante*. O autor diz que uma configuração deve buscar um modelo de interpretação considerando desdobramento mais crítico em traços de formação social moderna.

Assim, como em nossa cultura se oferece algo que “está bloqueada e assombrada por essa gigantesca instância residual petrificada que ela tenta resolver através de uma superprodução: por um lance derradeiro de linguagem ela experimenta reduzir a baixa tendencial da taxa de

comunicação.” (BAUDRILLARD, 1976, p. 294). Há toda uma ideologia lingüística dessa disponibilidade limitada do signo da naturalização e da universalização.

Melo (1988) considera que fazem parte dos contextos particulares o modo simbólico e por extensão. Ainda é uma regra válida o seu princípio da contextualização. Modo de controle da semiose e meio de impedir a interpretação limitada. Melo (1988) afirma que:

A distância entre o real e imaginário possibilita a intervenção crítica. Na utopia, essa distancia é clara e precisa: o imaginário transcende o real. Na ficção científica, a distancia reduz-se. A esfera do imaginário (a ficção) é um prolongamento da esfera do real. Não há, contudo, diferenças qualitativas entre uma e outra. Há uma potencialização do real enquanto universo maquinista da produção. (MELO, 1988, p. 34).

De acordo com Melo (1988) existe uma oposição, entre real e imaginário quando a ruptura com a ordem simbólica é desencadeada.

Imagem manipulada para manipular: Carmen Miranda

Freitas (2008) pesquisou temas sobre o esquema corporal, imagem visual e representação do próprio corpo e percebeu possibilidades de complexos processos implícitos na cognição e a exposição de iterações sociais importantes neste processo. Considera que seja particularmente importantes que a imagem corporal venha da área de estudos de Artes Visuais, são pesquisas sobre a visão. Responde as interações com o meio a importância dos gestos, elementos que são formadores da imagem corporal. Os hábitos e experiências pessoais podem variar de um indivíduo para outro. Os efeitos visuais, de uma forma geral os efeitos das excitações sensoriais, gera um efeito muscular e em seguida no comportamento do indivíduo evoluindo para representação visual mediada que vem do próprio corpo.

Freitas (2008) afirma que “a partir do conhecimento verbal e da história de uma pessoa o corpo atuante pode instituir-se como um corpo transformador e, assim transformar-se no verdadeiro instrumento criador e de apoio à consciência” (FREITAS, 2008, p.323). Compreendeu que o corpo atuante, a partir do conhecimento da história do indivíduo e informação verbal pode transforma-se em um instrumento criador e de apoio à consciência. Sensações, percepções e simbolizações vão até chegar aos conceitos e assim perceber a imagem. Processos sociais e culturais, interação com os outros, estão inclusos na percepção final dessa imagem.

Carmen Miranda serve como uma luva para falarmos sobre o assunto imagem. A atriz sempre deixou claro que iria manter sua identidade nacional. Cantou em outras línguas, mas também cantou e encantou internacionalmente com sua voz em sua língua mãe, ou seja, português do Brasil. Criou seu estilo de vestir estereotipando sua imagem a um Brasil de frutas tropicais, samba e alegria. Quis ser lembrada como a brasileira dos filmes de Hollywood, soube deixar registros de sua nacionalidade através da sua imagem construída por ela mesma e manipulou milhões de fãs de todas as origens.

Sua carreira artística ficou marcada pelas vestes baianas e balangandãs que fazia com que populações diversas pensassem no Brasil não apenas como uma mata. Carmen manipulava sua imagem ligando a beleza e alegria de cantar e dançar, os americanos faziam de sua imagem algo comercial, lucrativo e signo de união entre países latinos, principalmente o Brasil, e dos nortes americanos. O Estado também é um ator racional, porém com poder maior de manipulação. Carmen influenciou uma política internacional porque eram de seus interesses políticos e sociais. Ela soube aproveitar a oportunidade no momento certo, manipulou e foi manipulado realizando sonhos antes não realizados por nenhum latino americano, ser reconhecida e ganhar sucesso em Hollywood.

Atualmente, talvez Carmen fosse vista como uma imagem apelativa, e como foi criticada pelo próprio Brasil, seria vista como gozação brasileira, uma comédia sem graça. A forma e estilo de se manipular uma imagem mudaram e hoje a tecnologia é a que melhor trabalha sobre montagem e manipulação de imagens de um ator. As vestimentas são as de menos, pois cada vez mais os artistas devem lembrar pessoas comuns, vestidas como todos que se destacam entre muitos.

Imagem visual: Carmen Miranda estrela de Hollywood

Para falarmos de imagem visual nada melhor que um exemplo de atriz e cantora de identidade brasileira que ficou conhecida pelo mundo através dos americanos, Carmen Miranda. A imagem visual de Carmen criou toda uma linha inovadora de costumes e de produtos. Por conta de sua criatividade soube com competência e qualidade conquistar diversificados públicos, com a ajuda de Hollywood ficou conhecida mundialmente. O meio de comunicação que mais a divulgou foi o cinema, iniciou nas rádios do Brasil e foi parar na calçada da fama do cinema hollywoodiano.

Hall (2003) considera que formas variadas de identidades sejam construções discursivas como um jogo de poder. Não é um símbolo de unidade idêntica e sim produtos heterogêneos e naturais que se constituem em identificações, para entendê-las é preciso perceber de que forma

foram construídas suas formações e práticas discursivas. Podemos perceber as imagens dentro desses agenciadores das identificações em diferentes discursos. Seja concreta ou imaginária a imagem tem que ser produzida ou reconhecida por alguém, ou seja, a imagem pode ser considerada produto cultural já que depende da recepção de alguém que lhe atribua significado, algum sentido. Podemos lembrar de Carmen Miranda que tinha sua própria representação e interferiu nos agenciamentos de subjetividade e soube produzir identificação criando modelos de comportamentos consentidos socialmente. Carmen teve suas identificações aceitas pelo público, através de seus discursos musicais e representações de sua imagem visual.

Pensar em imagem é lembrar de tudo que somos capazes de captar, o que o nosso olhar permite enxergar, é a representação visual de algum objeto ou mesmo o que nossa mente consegue dar sentido. Carmen era um objeto real, temos conhecimento do quanto ela foi importante para nossa história, sua imagem ficou conhecida por várias nacionalidades e conseguiu aceitação da música brasileira em outros países, mesmo que tenha cantado também em outras línguas. Soube representar o Brasil com o *glamour* hollywoodiano através de sua imagem de baiana brasileira em shows, em telas de cinema e televisão. Carmen soube interpretar e desconstruir sua imagem, existia conteúdo e forma dentro de um contexto histórico-social de produção com a única finalidade de ganhar o público e que ele compreendesse e identificasse o sentido de sua imagem visual, ou seja, a baiana brasileira que sabia dançar, cantar e interpretar.

Considerações finais

Conseguimos perceber que a efetividade pode ser o resultado de uma formação de imagem com qualidade, desde que tenha conseguido atingir seus objetivos. Para alcançar esse desempenho Carmen Miranda teve seu trabalho, sobretudo no cinema, relacionado à sua imagem, buscando eficácia, eficiência e efetividade. Conceitos que foram alcançados de forma independente, mas no final obteve todos. Entendemos que o sentido de *eficácia*, como um todo, é a capacidade de um indivíduo de realizar o objetivo e Carmen conseguiu, ou seja, foi atriz e cantora de sucesso e com reconhecimento nacional e internacional. Enquanto *Eficiência* é quando o indivíduo sabe utilizar de forma bem-sucedida os recursos. Utilizou-se do cinema para divulgar sua imagem visual de forma carismática e respeitosa.

Por último, a *efetividade* que é conseguir algo existente, transformado através de realizações certas. Reconhecida internacionalmente, Carmen reconquistou o público brasileiro que inicialmente,

influenciados por uma porcentagem do público brasileiro, como a elite e críticos da época, achou que a estrela representava uma “chacota” brasileira, consideravam que era a “palhaça” de identidade brasileira e que envergonhava o Brasil. Depois os brasileiros passaram a admirá-la e reconheceram seu prestígio e qualidade de cantora e atriz internacional, mas com uma imagem visual de identidade brasileira. Foi precursora do tropicalismo. Contudo, conseguiu *efetividade visual* com sua imagem e teve capacidade de se promover e adquirir resultados pretendidos. Produziu efeitos de forma competente com sua *eficiência* e por fim alcançou suas metas com sua *eficácia*.

A imagem de Carmen Miranda foi realizada em cima de uma identidade visual única, com alta disposição de sua imagem diversificada e original conseguiu criar um mito. Apenas notificando, que isso ocorreu junto com Hollywood. Valorizaram seus costumes, valores e tradições que vieram de um país de terceiro mundo mais com uma população rica de cultura que encantou primeiramente os nortes americanos que em seguida ganhou reconhecimento de estrela internacional pelo seu Brasil. Transmitia carisma e alegria na clareza da mensagem em sua figura estereotipada e também soube ditar moda.

Vários elementos devem ser avaliados para conseguirmos identificar à imagem de Carmen, como sua simbologia baiana, as cores coloridas que vinham principalmente das frutas brasileiras, toda uma cultura que seja ela na forma de dançar, gesticular ou de vestir, existia todo um conteúdo verbalizado e visual de representação. A imagem visual de Carmen foi eficientemente bem fundamentada, uma imagem apropriada para época, ficou marcada na lembrança de diversos indivíduos, sua imagem ficou na mente do público.

Carmen tinha sua identidade visual reconhecida e admirada em culturas sociais e políticas diferentes. A política de Boa Vizinhança criada para ganhar aliados para os nortes americanos acabou conquistando os próprios americanos. Carmen ajudou em interesses internos e externos dos americanos, “alavancou” o comércio dos EUA inserindo seus produtos, principalmente no Brasil. Se realmente “a primeira impressão é a que fica”, Carmen soube usar sua imagem de forma adequada e representou o Brasil com efetividade.

Ainda, se quisermos, podemos arriscar em compará-la com a cantora Madonna dos anos 30, como ninguém soube aproveitar as linguagens da mídia de cada período, tiveram sabedoria para influenciar moda e comportamento. Carmen foi precursora do tropicalismo, como o pop e a multimídia em videoclipes. O samba e a marchinha brasileira foram conhecidos internacionalmente. Ou mesmo, ainda, podemos lembrar de Elvis Presley que era um branco do sul que popularizou a

música tribal, não-européia, de uma antiga colônia dos EUA. O cantor gostava de *rock* (termo popular que emergiu dos EUA nos anos 40 que evoluiu do blues, com diversos subgêneros nas canções de Elvis representava variadas culturas musicais diferentes), *blues* (música focal ou instrumental tem suas notas numa frequência baixa), *country* (música que mistura estilos populares, conhecida como caipira e sertaneja) e música erudita (dita como culta e mais elaborada) com forte influência do gênero *gospel* (gênero com expressão das crenças individuais) tipicamente americano. De ascendência portuguesa, Carmen popularizou a música tribal de seu país, música que também não era Européia. Entrou na cultura do Ocidente e espalhou um carnaval de arte.

Carmen virou fenômeno cultural da massa no século XX. Seu carisma e sensualidade sobrevivem até hoje, basta lembrarmos de seus balangandãs e turbantes marcados em várias culturas de distintos países. Sua voz ainda pode ser ouvida nas famosas marchinhas de carnaval e sua imagem visual nas fantasias de baiana principalmente no carnaval. Imagem visual que ficou no imaginário de indivíduos de culturas diferentes e que cantavam, dançavam e admiravam uma mesma Carmen.

Brasil que talvez tenha ficado na ilusão de que Carmen simbolizava sua imagem e que conseguiram espaço no meio artístico internacional, ou mesmo, reconhecimento de outras nações. Símbolo que talvez apenas representasse alegria e descontração para estrangeiros que não importavam de onde ela veio e que apenas se divertia em assistir aquela imagem diferente e estrovertida. Mas, uma coisa é certa, Carmen foi efetiva em sua comunicação, indiferente se ignoravam ou não sua origem, de nada adiantava desconhecer sua identidade brasileira que estava escancarada em suas vestes, acessórios, letra da música e todo aquele carisma. Sua imagem visual era a cara do Brasil.

Referências

- ALTMAN, Elizabeth C. O conceito de imaginação: uma história inacabada. In: LAPIERRE, Laurent. **Imaginário e liderança**. Organização da edição brasileira e revisão técnica: Ofélia de Lanna Sette Tôrres. São Paulo: Ed. Atlas, 1995. p. 29-42.
- BAUDRILLARD, Jean. **L`échange symbolique et la mort**. Paris: Ed. Gallimard/NRF, 1976.
- DAFT, Richard L. **Teoria e projeto das organizações**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- DAFT, Richard L.; LENGEL, R. H. Organizational information requirements, media richness and structural design. **Management science**. Vol. 32, n.5, p. 554-571, 1988.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. **A eficiência empresarial**. São Paulo: Nova Cultural, 1986.
- DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**: introdução à arquetipologia geral. Lisboa: Presença, 1989.
- _____. **O imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: DIFEL, 2004.
- FREITAS, Neli Klix. Esquema corporal, imagem visual e representação do próprio corpo: questões teórico-conceituais. **Revista Ciências & Cognição**. vol. 13, n. 3, p. 318-324, 2008.
- HALL, Stuart. UNESCO. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Brasília: UNESCO, 2003.
- LACAN, Jacques. **O seminário**: os escritos técnicos de Freud. Rio de Janeiro: Jorge Zancar, 1986. Livro 11.
- LAPIERRE, Laurent. Imaginário e liderança: sociedade, no governo, nas empresas e na mídia. In: LAPIERRE, Laurent. **Imaginário e Liderança**. Organização da edição brasileira e revisão técnica de Ofélia de Lanna Sette Tôrres. São Paulo: Ed. Atlas, p. 77-92, 1995.
- MARINHO, Alexandre; FAÇANHA, Luís Otávio. **Programas sociais**: efetividade, eficiência e eficácia como dimensões operacionais da avaliação. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, 2001. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br>>. Acesso em: 27 fev. 2009.
- MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito administrativo brasileiro**. São Paulo: RT, 1989.
- MELO, Hygina Bruzzi de. **A cultura do simulacro**: filosofia e modernidade em Jean Baudrillard. São Paulo: Edições Loyola, 1988.
- MINTZBERG, Henry. **The strategy concept I, five ps. for strategy**. California: Management Review Fall, 1987.
- MORAES, Ed da Silva. **O princípio constitucional da eficiência na administração pública**: indicadores possíveis. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito). Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2007.
- REALE, Miguel. **Lições preliminares de direito**. 27. ed. ajustada ao novo Código Civil. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 105-116
- ROBBINS, Stephen; DECENZO, David A. P. **Fundamentos de administração**: conceitos essenciais e aplicações. Tradução de Robert Brian Taylor. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- SILVA, Reinaldo Oliveira da. **Teorias da Administração**. São Paulo: Pioneira, 2001. p. 1-42.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 2. ed. São Paulo: Loyola, 2005.
- SPELLER, Maria Augusta Rondas. Imaginário em Lacan e Durand. **Cadernos de Educação**, Cuiabá: Ed. da UNIC - Coordenação de pós-graduação, v.8, n.1, p.153-172, jan.2004.
- TORQUATO, Francisco Gaudêncio Rego. **Comunicação empresarial, comunicação institucional**: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.